Online Clipping 2006

Inhaltsübersicht

VOICE Days 2006 am 18. und 19. Oktober im Alten Bundestag (IKBB) in Bonn ... 3

Künstliche Intelligenz als nützliche Wissenschaftsdisziplin ... 6

Produktivitätsschub im Kundenservice durch Sprachautomatisierung ... 8

Initiative VOICE BUSINESS startet Aktionsprogramm 2006 ... 12

Wetten per Telefon – Eine Branche wartet auf Deregulierung in einem boomenden Markt ... 15

Kundenzufriedenheit ist das A und O in der Call Center- Branche ... 19

Sinnliche Computer: Mensch-Maschine-Strategien für die Post-PC-Ära ... 21

Mit Spracherkennung schneller ans Ziel ... 23

VOICE Award 2006 – Gesucht: die besten intelligenten Sprachanwendungen ... 25

Call Center: Gedämpfte Erwartungen für 2006 ... 28

Mensch und Maschine im Dialog ... 30

Web 2.0 auch für Sprachautomatisierung interessant ... 32

Milliardenmarkt Mehrwertdienste ... 34

Call Center können Ihren Wert steigern ... 37

Bürokratie-TÜV kann nur ein Anfang sein ... 39

Sprachcomputer als Stimmungskanone ? ... 41

„Googlizing Voice“ und die Kunst der Übertreibung im Marketing ... 43

Fussball-WM als Katalysator für Sprachautomatisierung ... 45

Semantic Web startklar für massenhafte Verbreitung ... 47

Verständnisvolle Automaten ... 49

Fußball-WM als Versuchslabor für neue Technologien ... 51

Call Center Ranking 2006: Kampfansage an Telefonfabriken ... 53

KI-Forschung will Informationstechnik vereinfachen ... 56

Seminarangebot Voice Campus: ... 58

Geschäftserfolg mit Sprachcomputern ... 60

Kritik an Web 2.0 wird immer lauter ... 62

Google versteht alles ... 64

Großes Interesse am VOICE Award ... 67

0900 pusht Mehrwertdienste **70**

Dirigenten für die Mensch-Maschine-Kommunikation: **73**

Requiem für die Straßenkarte **75**

VOICE Community gewinnt mir Alcatel weiteren Global Player als Projektpartner **77**

VOICE Contest 2006 gestartet **80**

Studie: Deutsche Firmen vergeuden ein drittel der Arbeitszeit **83**

Dialog-Marketing zwischen Automatisierung und persönlicher Ansprache: **86**

Gaming-Konsolen: **90**

Geräte gehorchen aufs Wort: **93**

„Der Kaffee ist fertig“: **96**

Vom Massen- zum Community -Marketing **98**

Voice Award: 2006: Bessere Nutzerschnittstellen und innovative Geschäftsmodelle **101**

VOICE Award 2006: **103**

Marktreport: Dezentrale Providing-Ökonomie und die Rolle der Informationstechnik **107**

Studie: Nur jeder vierte Kunde mit seiner Hausbank zufrieden **110**

Mit dem sprechenden Fahrplan zum Oktoberfest **112**

Wenn Roboter zu Nachtwächtern werden **114**

Kino-Branchenverband: Wortmanns Sommermärchen wird ein Erfolg **116**

Deutschland spielt bei Sprachautomatisierung in der ersten Liga: **118**

Sprachcomputer Clarissa als Crew- Assistentin im Weltraumeinsatz **121**

Chancen des Netzwerkmanagement **123**

Innovationsmöglichkeiten in der Logistik längst nicht ausgereizt - Verkürzung von Konfektionierungszeiten durch Sprachtechnologie **127**

Sprachautomatisierung für Kundenkontakte am wichtigsten **130**

US-Serie Pionier des Mensch-Maschine-Dialogs: **132**

Windows-Vista von Microsoft könnte Markt für Spracherkennungssysteme beflügeln **134**

Der lange Abschied von der Industriegesellschaft **137**

Reich der Mitte setzt auf Mensch-Maschine-Dialog **140**

Lego-Prinzip als Markttreiber für Sprachautomatisierung **143**

Geräte nutzen ohne Bedienungsanleitung und umständliche Menüs: **146**

VOICE Contest 2006: PAYBACK fordert Entwickler von Sprachdialogsystemen heraus **148**

Sprachsteuerung: Wenn der Fahrer mit dem Auto redet **151**

T-Mobile, DaimlerChrysler, DHL, Voice Business und Cisco gewinnen die „Oskars“ für Sprachdialogsysteme **153**

Voice Days 2006: Sprachdialoge sind alltagstauglich **156**

Sprachdialogsysteme: Mit dem Kundennutzen steigt die Akzeptanz **159**

Spiegel: „Zu Hause im Dienst“ – Telearbeit setzt sich immer stärker durch **162**

VOICE Days 2006 am 18. und 19. Oktober im Alten Bundestag (IKBB) in Bonn

Deutsche Leitveranstaltung für Sprachtechnologie vermittelt noch mehr Praxiserfahrung und Erfolgsbeispiele und adressiert neue Zielgruppen

Bad Homburg, 17. Januar 2006 - Mit einem gewachsenen Informationsangebot und einem besser auf Anwender und Betreiber von Sprachanwendungen aus mittelständischen Unternehmen zugeschnittenem Programm werden die VOICE Days 2006 an die Erfolge der vergangenen beiden Jahre anknüpfen. Bernhard Steimel (mind BUSINESS CONSULTANTS), Jens Klemann (Strateco) und Olav V. Strawe (telepublic Verlag), die als Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS seit 2004 die VOICE Days als die wichtigste Veranstaltung für Sprachtechnologie in Deutschland etabliert haben, sind sich sicher: „Die VOICE Days veranschaulichen mit ihrem umfassenden Programm die Vorzüge des Einsatzes von Sprachlösungen in Unternehmen über alle Branchen hinweg und bieten technischen Laien, Fachbesuchern und thematisch interessierten Managern einen tiefen Einblick und wertvolle Informationen über Sprachautomatisierung.“

Bernhard Steimel erläutert: „Die Verleihung der VOICE Awards wird der Öffentlichkeit die Leistungsfähigkeit im Markt betriebener Sprachanwendungen belegen. Durch unser in Zusammenarbeit mit DFKI und Fraunhofer IAO entwickeltes Testverfahren zeigen wir, welches die besten Sprachanwendungen im deutschsprachigen Raum sind – und schaffen so Leuchttürme, die aufzeigen, welche Verbesserungsmöglichkeiten für Sprachanwendungen bestehen.“

Olav V. Strawe verweist auf das Programm, das dieses Jahr deutlich ausgeweitet werden soll: „Mit Hands-on Workshops und Tutorials wollen wir vor allem Einsteiger in die VOICE Technologie erreichen und Mittelständler ansprechen, die der Technologie teilweise noch skeptisch gegenüberstehen. Zudem werden wir den Fokus der VOICE Days auf die gesamte Bandbreite von ‚Voice Interaction’ ausdehnen wie ‚embedded’ Systeme, Automotive, Business-to-Employee und Business-to-Business Anwendungen. Mit der thematischen Erweiterung um ‚Mobile Lösungen’ und ‚Back-Office-Integration’ sprechen wir auch neue Besucher und Aussteller an. “

Jens Klemann freut sich besonders auf den VOICE Contest: „Hier machen etablierte Entwicklerteams ebenso wie Newcomer deutlich, wie weit die Technologie ist und welch beeindruckenden Lösungen sich damit in kurzer Zeit realisieren lassen. Dazu wird es wieder eine praxisnahe Aufgabenstellung geben, die auf Marktbedürfnisse eingeht und neue Anwendungen schafft, die neue Geschäftsfelder für Sprachtechnologie eröffnen.“

„Mit der Best VOICE Campaign zeigen wir, wie Sprachtechnologie Eingang in das Dialogmarketing findet und was möglich wird, wenn die Kreativen aus den Agenturen sich des Themas VOICE annehmen,“ so Steimel. „Der VOICE Day spricht deshalb alle an, die Interesse an Sprachtechnologie haben: Manager, Geschäftsführer, Projektleiter, Marketingleiter, Kreative und technische Entscheider

aus kleineren, mittelständischen und großen Unternehmen und Agenturen finden hier das Forum für Stand und Trends der VOICE Technologie."

Die VOICE Days 2005 waren mit über 710 Teilnehmern, 30 Programmpunkten an den beiden Kongresstagen, 40 ausstellenden Unternehmen und 160 präsentierten Best Practice Beispielen sowie den Wettbewerben VOICE Award, VOICE Contest und Best VOICE Campaign die Leitveranstaltung für sprachgesteuerte Automatisierungslösungen in Deutschland: 95 Prozent der Teilnehmer bewerteten die Veranstaltung als gut oder sehr gut, 80 Prozent empfanden den Alten Bundestag als Top-Location für die Veranstaltung und 90 Prozent aller Teilnehmer wollen auch dieses Jahr wieder teilnehmen.

Das umfangreiche Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS 2006, das mit den VOICE Days 2006 seinen Abschluss findet, wird der Öffentlichkeit am 14. Februar auf der CallCenter World in Berlin vorgestellt.

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Days_2006_am_18._und_19._Oktober_im_Alten_Bundestag_(IKBB)_in_Bonn_200601171788.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=47

http://openpr.de/news/74379.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=5776

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=19428

http://www.com4biz.de/news/one-entry?entry%5fid=8887

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-49690.html

http://www.businessportal24.com/de/a/8826

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_01_17_ITSoftware_2.txt

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=149066&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr15062.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,15888.html

http://www.pr-inside.com/de/voice-days-2006-am-18-und-19-oktober-im-alten-bundestag-ikbb-in-bonn-r1473.htm

http://pressemitteilung.ws/node/view/6471

http://www.firmenpresse.de/pressinfo17976.html

Künstliche Intelligenz als nützliche Wissenschaftsdisziplin

Wahlster: „Zeit der KI-Gurus ist vorbei“

Stuttgart/Saarbrücken, www.ne-na.de, 31. Januar 2006 – 50 Jahre Forschung auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz sind für Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de in Saarbrücken, eine gute Gelegenheit für eine sachliche Bilanz: „Die Zeiten der KI-Gurus, die irgendeine Methode als Allheilmittel propagierten und nur anhand einer Spielzeugwelt demonstrierten, sind seit vielen Jahren vorbei – wie auch im Rest der Informatik“, so Wahlster im Interview mit der Computer Zeitung. Eine Weltherrschaft der Künstlichen Intelligenz sei nicht angebrochen, dafür seien in den vergangenen fünf Jahrzehnten allerdings einige wichtige und nützliche Durchbruchinnovationen gelungen. So konnte ein Computer den Schachweltmeister schlagen, Roboter könnten autonom den Mars explorieren, Telefondialoge zur Terminabsprache ließen sich automatisch übersetzen und ein fahrerloses Auto fahre durch unbekanntes Gelände.

„Die KI hat formale Modellierungstechniken und Methoden der Wissensrepräsentation entwickelt, die heute unter die semantischen Technologien subsumiert werden und als Grundlage für das semantische Web dienen“, weiß Wahlster. Seine Forschungsdisziplin habe Suchverfahren entwickelt, praxistaugliche Beweis- und Planungsmethoden entwickelt und auch das maschinelle Lernen ermöglicht. Heute werde modellbasiertes und datengetriebenes Vorgehen in großen Systemen als Hybridsystem vereinigt. So würden Spracherkenner datengetrieben und probabilistisch arbeiten.

„Inhaltliches Verstehen und die Dialogführung erzeugt ein Sprachdialogsystem meistens modell- und regelbasiert“, so Wahlster, der auch Schirmherr der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de ist. Zweifellos habe die KI in Deutschland ingenieurwissenschaftliche Methoden entwickelt, die in innovativen Informatikanwendungen nicht wegzudenken seien. Gerade auf dem Gebiet des Sprach- und Bildverstehens spiele die deutsche Informatik seit vielen Jahren weltweit in der ersten Liga. Neben dem Gebiet der Mensch-Technik-Interaktion habe Deutschland in der Robotik, insbesondere der Service-Robotik die Nase vorn.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Kuenstliche_Intelligenz_als_nuetzliche_Wissenschaftsdisziplin_200602011850.html

http://www.visavis.de/technologie/modules.php?name=News&file=article&sid=5890

http://allpr.de/35948/Kuenstliche-Intelligenz-als-nuetzliche-Wissenschaftsdisziplin-Wahlster-Zeit-der-KI-Gurus-ist-vorbei.html

http://openpr.de/news/75689.html

http://pr-inside.com/de/kuenstliche-intelligenz-als-nuetzliche-wissenschaftsdisziplin-wahlster-zeit-der-ki-gurus-ist-vorbei-r1617.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=116

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_02_01_WissenschaftForschungBildung_1.txt

http://www.callcenterstammtisch.de/news.php?id=1913&PHPSESSID=...&PHPSESSID=...

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/97CE8B34AB09C1A3C12571070062B6BE?OpenDocument

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=19756

http://www.businessportal24.com/de/a/10816

http://www.firmenpresse.de/pressinfo18247.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/6850

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,16787.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=149646&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr15256.html

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Produktivitätsschub im Kundenservice durch Sprachautomatisierung

Call Center-Branche im Wandel

Von Gunnar Sohn

Bonn/Berlin, www.ne-na.de, 06. Februar 2006 - Das Thema Sprachautomatisierung im Call Center wird immer bedeutsamer: Nach Marktanalysen des Bad Homburger Beratungshauses Strateco verschärft sich der Wettbewerb im Telefonmarketing. "Die Automatisierung von Prozessabläufen im Call Center entwickelt sich zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Insbesondere der Einsatz von Sprachcomputern für stark standardisierte Services wird in Zukunft die Spreu vom Weizen trennen", erläutert Jens Klemann, Geschäftsführer des Beratungsunternehmen Strateco http://www.strateco.de/ im Vorfeld der Call Center World http://www.callcenterworld.de in Berlin.

Durch die hohen Lohnkosten am Standort Deutschland bekäme die Sprachautomatisierung zudem eine politische Dimension: "Nur wer sich durch Sprachautomatisierung von den sogenannten 'Stupid Calls' entlastet, ist künftig in der Lage, zu wettbewerbsfähigen Durchschnittskosten anzubieten und entgeht so der Verlagerung von Kapazitäten ins Ausland", prognostiziert Klemann. Neben Kostenvorteilen könnten die Dienstleister durch den Einsatz von sprachgesteuerten Vermittlungen, Infodiensten oder Anrufvorqualifizierung nachweislich die Mitarbeitermotivation steigern und die personelle Fluktuation senken, mehr hoch qualitative Services anbieten, die Beratungsqualität und Umsätze steigern. "Gerade beim Prozess-Outsourcing riskieren Call Center ohne Sprachdialogsysteme zudem, dass ihre Auftraggeber den Schritt in Richtung Automatisierung vor ihnen machen und 'Stupid Calls' nicht mehr an externe Dienstleister vergeben, sondern wieder ins eigene Unternehmen zurückholen", weiß Klemann, der zu den Initiatoren der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de zählt.

Durch technologische Weiterentwicklungen könnten Voice Portale heute den Vertrieb selbst bei Outbound-Kampagnen unterstützen, weiß der Informatiker Peter Weierich, Leiter Marketing und Strategie bei Sikom http://www.sikom.de. Die typische Klassifikation von Sprachdialogsystemen konzentrierte sich vor allem auf die Kosteneinsparung und die Entlastung von Call Center-Agenten. "Als wichtige Kennzahl für den erfolgreichen Einsatz von Sprachtechnologien galt und gilt noch heute der Preis pro Transaktion: Eine Überweisung, die in der Bankfiliale persönlich abgegeben wird, schlägt mit mehr als einem Euro zu Buche, im Call Center etwa mit der Hälfte, per Internet- oder automatisiertem Telefonbanking nur noch mit 10 bis 30 Cent", führt Weierich aus.

Moderne Sprachsysteme eröffnen nach seiner Einschätzung nicht nur neue Möglichkeiten bei der Automatisierung von transaktionsgetriebenen Telefonaten, sondern auch zur Erhöhung von Umsätzen durch vertriebsgetriebene Aktivitäten. "Um Sprachportale als aktives Vertriebsinstrument einzusetzen, bieten sich zwei Möglichkeiten an: Die Erweiterung von Inbound-Telefonaten um vertriebsorientierte Gesprächsteile und Outbound-Kampagnen zur Erhöhung der Kundenbindung. Der erste Schritt, nämlich Inbound-Telefonate für Cross- und Up-Selling-Schritte zu nutzen, wird in allgemeiner Form schon länger praktiziert: Hinweise auf Sonderaktionen erfolgen am Beginn des Gesprächs oder während des Aufenthalts in der Wartschlange bei einer Weiterleitung ins Call Center", so Weierich.

Bei der Sikom-Lösung "Quellefon-Bestellanwendung" werde Cross-Selling über eine optionale Weiterleitung in das Call-Center realisiert: "Wenn es zu einem bestellten Artikel ein passendes Zusatzangebot gibt, wird dem Kunden eine Weiterführung des Gesprächs mit einem Mitarbeiter angeboten. Dieser erklärt dem Anrufer dann die passenden Zusatzangebote", betont Weierich,

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Auch der Markt fordere nutzerfreundliche Self Service Angebote. "Kunden von Mobilfunk-Providern erteilen Call Centern eine klare Absage und favorisieren lieber die Selbstbedienung", so eine Untersuchung des E-Commerce-Spezialisten Netonomy unter 2.000 Mobilfunknutzern. Danach liege bei Verbrauchern mit Erfahrungen im telefonischen Self Service die Zufriedenheit mit den Diensten bei 94 Prozent. Manfred Stockmann, Präsident des Call Center Forums http://www.callcenterforum.de, bestätigt diesen Trend: "Die stetig verbesserte Qualität der Sprachdienste und die wachsende Erfahrung der Nutzer führen zu einer kontinuierlich steigenden Akzeptanz dieser Systeme."

Diese Kundenanforderungen werden auch von den Auftraggebern wahrgenommen. "Unsere Kunden, die auf Call und Contact Center mit multimedialen Anwendungen wie Voice Portale setzen, verlangen im Paket auch modular einsetzbare, automatisierte Sprachlösungen. Betreiber, die sich nicht auf die steigende Nachfrage ihrer Auftraggeber nach günstigen, automatisierten Diensten einstellen, vergeben zukünftig Umsatzpotentiale. Dabei können Call Center heute maßgeschneiderte Managed Services einkaufen, die sie ohne hohe Anfangsinvestitionen in die Lage versetzen, der Kundschaft einfache Geschäftsvorfälle per Sprachcomputer anzubieten", berichtet Helmut Reisinger, Geschäftsführer des Stuttgarter IT-Integrators Nextiraone http://www.nextiraone.de.

Auch Stockmann sieht die Branche in der Pflicht. "Viele Branchen, insbesondere die mit hohen Anruferzahlen werden sich mit der Sprachautomatisierung von Kundenkontaktprozessen befassen müssen. Entscheidend ist dabei, geeignete Dienste zu identifizieren und so zu realisieren, dass neben einem schnellen Return on Investment (ROI) vor allem eine Entlastung der Agenten erzielt wird, die dann etwa für das Handling von E-Mail-Anfragen oder andere qualifizierte Services eingesetzt werden können."

Für die Unternehmen gehe es nach Ansicht des Unternehmensberaters Klemann heute vor allem darum, den geeigneten Mix zwischen automatisierten Diensten und hochwertigen, von ausgezeichnet qualifizierten Agenten erbrachten Services zu finden. "Im Finanzwesen etwa ist es deutlich lukrativer, Standarddienste wie Auskünfte und einfache Transaktionen auf den Sprachcomputer zu verlagern, und die Agenten in der Beratung und im Verkauf zu schulen und einzusetzen. Nicht umsonst ist bei der Verleihung der Bankmarketingpreise 2005 die Sparda-Bank Nürnberg prämiert worden, weil sie nach der Einführung innerhalb von nur einem Jahr eine 80-prozentige Akzeptanz für ihren Sprachcomputer geschaffen hat. Und so 250.000 Euro Personalkosten einsparte, die jetzt in Outbound-Aktivitäten fließen."

Martin Giebel vom IT-Dienstleister Softlab http://www.softlab.de, der unter anderem an der Entwicklung und Einführung des Telefonbankings für die Postbank mitwirkte, bestätigt diese Erfahrung: "Die Postbank wickelt 28 Millionen Anrufe im Jahr mit einer Sprachanwendung ab – zu um den Faktor 20 niedrigeren Kosten als beim Einsatz von Agenten, die nun für wertige Service zur Verfügung stehen". Mit zunehmender Raffinesse und Leistungsfähigkeit erobern automatische Sprachsysteme in schneller Folge neue Anwendungen: "Die Zeiten sind längst vorbei, als Sprachcomputer wenig verstanden, mit ihrem Latein rasch am Ende waren und die Ohren mit scheppernder Sprachausgabe strapazierten", so die Marktanalyse von Reisinger.

Bei Ahrens und Sieberz, einem Versandhändler für Gartenpflanzen aus Siegburg bei Köln, können Kunden Rhododendron und Rosen. Beim Versandhändler Quelle ist es möglich, Hosen, Fernseher und Bratpfannen über eine automatisierte Hotline zu bestellen. Hessens Richter und Staatsanwälte werden künftig Klageschriften und Urteilsbegründungen ihrem Computer diktieren, statt sie einzutippen.

Die Lagerarbeiter des Darmstädter Logistikdienstleisters Logosys bekommen neuerdings über kleine Kopfhörer ins Ohr geflüstert, welche Arzneimittel und Dialyseflüssigkeiten sie verschicken sollen. Früher waren sie mit langen Auftragslisten zwischen den Regalen unterwegs. Heute wandeln Terminals des Willicher Systemhauses Zetesind die Bestelldaten in Sprachbotschaften um und senden sie per Funk an die Mitarbeiter. Sie bestätigen die Entnahme, indem sie eine Prüfnummer

nennen, statt wie früher Barcodes einzuscannen. Bei den Kurierdiensten DHL und Direkt-Express informieren Sprachdienste Anrufer darüber, wo sich ihre Sendung befindet und wann die Lieferung ankommt. Computer-Fremdsprachenprogramme kontrollieren die Aussprache und korrigieren den Lernenden. "Die vielen Beispiele aus unterschiedlichen Branchen belegen, dass Sprachportale sich ausgezeichnet für standardisierbares Mengengeschäft eignen. Es sollte allerdings immer komplementär zu traditionellen Kanälen angeboten werden. Dies erhöht den Servicegrad des Anbieters, die Erreichbarkeit und spart zudem Kosten, nicht zuletzt für den Anrufer im Sinne von Zeit und zielgenauer Erledigung seiner Anliegen", so Reisinger.

Besonders im Kundenservice könne man in Deutschland noch gewaltige Produktivitätsfortschritte erzielen. Dabei gehe es nicht um die Freisetzung von Arbeitskräften, sondern um eine klügere Organisation der Arbeit. "Die große Mehrheit in den Serviceberufen plagt sich mit Tätigkeiten herum, die wenig oder nichts zur Wertschöpfung beitragen. Unternehmen, die in der Service-Automatisierung auf Sprachcomputer setzen, bewältigen ein signifikant höheres Anrufaufkommen und bieten daher auch einen besseren Kundenservice", sagt Reisinger.

Laut einer Studie des britischen Marktforschungsunternehmens Datamonitor werden mit Sprachportalen 2007 weltweit mehr als 4,3 Milliarden Dollar umgesetzt - mehr als doppelt so viel wie dieses Jahr. Nach Schätzungen von Professor Wolfgang Wahlster, Direktor des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI, sind bislang nur zehn Prozent der möglichen Anwendungen erschlossen. Seine Prognose: "Es ist abzusehen, dass Sprachdialogsysteme in den nächsten Jahren im Auto, bei der Bedienung intelligenter Haustechnik und beim mobilen Internet-Zugriff in den Massenmarkt vordringen."

Mussten sich Anrufer früher durch starre Frage-Antwort-Schemata hangeln, führen heute frei formulierte Fragen zum Ziel. "Mit der heutigen Qualität der natürlichen Sprachsynthese schwindet die Abneigung der Kunden, mit einer Maschine zu reden", sagt Reisinger. Die zunehmende Akzeptanz beim Kunden ermutige immer mehr Unternehmen, in moderne Sprachtechnik zu investieren und dabei einen schnellen Return on Investment zu erreichen. Nachdem beispielsweise British Airways sein Fluginformationssystem auf ein Sprachportal umgestellt hatte, sanken die Kosten je Anruf von drei Dollar auf 16 Cent. Ähnlich rechnet Karl-Heinz Land, Gründer von Voice Objects http://www.voiceobjects.com in Bergisch Gladbach. "Ein Call Center-Agent kostet pro Anruf zwischen zwei und drei Euro, ein sprachbasiertes System nur rund 30 Cent. Da ist die Investition schnell verdient."

Die Beraterunternehmen Mind Business und Strateco bestätigen diese Einschätzung. Danach zahle sich die Anschaffung eines Sprachdialogsystems im Durchschnitt nach neuneinhalb Monaten aus - bei Anschaffungskosten meist unter 100 000 Euro. Wahlsters DFKI will Deutschlands Kompetenz in der Sprachtechnologie den Besuchern der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 vorführen. Sofern sie über ein entsprechend ausgerüstetes Handy mit Spracherkennung verfügen, können sie Informationen über Spielstände, WM-Historie, Touristenattraktionen und Hotels abfragen. Eine Software sucht im Web und in Datenbanken nach Antworten und liest die richtige vor. Das erledigen neuartige intelligente Suchmaschinen. Sie bedienen sich neuer Computersprachen, um Art, Inhalt und Charakter von Dokumenten und Web-Seiten zu erkennen, statt nur nach Stichworten zu fahnden. So stoßen sie auf die wahrscheinlichste Antwort, statt hunderte oder gar tausende Treffer anzuzeigen. Experten sprechen bei der Weiterentwicklung vom semantischen Web: Das Internet lernt Fakten zu verknüpfen und zu sprechen.

Erschienen u.a. bei:

http://www.crmmanager.de/magazin/artikel_893_call_center_sprachautomatisierung.html

http://www.4.am/Business/Business/Produktivitaetsschub_im_Kundenservice_durch_Sprachautomatisierung_200602061874.html

http://allpr.de/36587/Produktivitaetsschub-im-Kundenservice-durch-Sprachautomatisierung-Call-Center-Branche-im-Wandel.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=5908

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=158

http://openpr.de/news/76127.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Produktivitaetsschub-im-Kundenservice-durch-Sprachautomatisierung/1295

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/FD2ED6FD45218222C125710D0040B03D?OpenDocument

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_02_06_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://pressemitteilung.ws/node/view/6982

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/?w=det&ID=19882

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,17110,c,2.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=149887&cmd=Anzeigen

http://www.businessportal24.com/de/a/11801

http://www.e-commerce-magazin.de/index.php3?page=news-show_neu.php3&naechster=9037

http://www.firmenpresse.de/pressinfo18353.html

http://at-de.i-newswire.com/pr15328.html

Initiative VOICE BUSINESS startet Aktionsprogramm 2006

Neue Zielgruppen im Visier - das Aktionsprogramm 2006 wird mit breiter Unterstützung aus der Industrie weiter ausgebaut

Bonn/Düsseldorf, 27. Februar 2006 – Die Initiative VOICE BUSINESS wird mit breiter Unterstützung der Branche auch 2006 ihr Programm erneut ausweiten: Neben den inzwischen branchenweit bekannten Programmpunkten VOICE Award und VOICE Contest werden vor allem die VOICE Days 2006 mit noch mehr Programm, noch mehr Inhalten und einem vorhergehenden Praxistag mit attraktiven Tutorials locken. Zudem wird die Initiative VOICE BUSINESS mit neuen Infomaterialien wie zum Beispiel einer Infobroschüre für den Mittelstand sowie einer bundesweiten Road-Show das Thema Sprachautomatisierung auch Entscheidern nahe bringen, die sich damit bisher kaum oder gar nicht auseinandergesetzt haben.

Bernhard Steimel, mind Business Consultants, Sprecher der Initiative, betont: „Mit der Erweiterung unseres Fokus von Server- und Netzwerk basierten Lösungen um solche, die in Endgeräte integriert, ortsgebunden oder in distribuierten Architekturen verfügbar sind, tragen wir der Entwicklung Rechnung, dass Sprachtechnologie zunehmend Einzug in unser Alltagsleben hält. Auch wollen wir die Vorteile und Chancen von Sprachlösungen nun bei IT-Dienstleistern aus dem Umfeld der Business Process Optimierung, der E-Services und der CRM/ERP-Beratung sowie im Versandhandel, in der Automobilbranche, bei Hotelketten und Fluglinien, in Städten und Behörden bekannt machen!“

„Mit der neuen VOICE-Infobroschüre wollen wir insbesondere dem Mittelstand einen Leitfaden für den Einstieg in das Voice Business bieten“, so Olav V. Strawe, Herausgeber der Teletalk und Mitveranstalter der Initiative. „Die Broschüre zeigt, wie leistungsfähig Sprachanwendungen sind und welche Aufgabengebiete sie abdecken können. Zudem bietet sie auch zahlreiche Hilfestellungen: Checklisten mit Stolpersteinen und Erfolgsfaktoren und die mitgelieferte DVD mit Hörbeispielen und vielen weiteren nützlichen Infos wie einem Anbieterverzeichnis erleichtern den Start in die Sprachautomatisierung auch denjenigen, die bisher die Technologie, ihre Terminologie und Möglichkeiten noch nicht kennen!“

Jens Klemann, Strateco, einer der Gründer der Initiative, weist auf den noch stärkeren Praxisbezug des Aktionsprogramms 2006 hin: „Mit unserer Roadshow sprechen wir Call Center Verantwortliche und Executives aus Marketing und Agenturen sowie Business Consultants in Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt und München an. Vormittags können sich Call Center und Direktmarketing-Verantwortliche anhand von Showcases über die Praxis informieren, beim nachmittäglichen Executive-Briefing geht es primär um das One-to-One-Marketing mit VOICE.“ Und das sei nicht alles: „Am 17.10.2006, am Vortag der VOICE Days, wird es erstmals einen VOICE Campus geben: Drei hochwertige Seminare bieten tiefen Einblick in die Themenschwerpunkte Strategie und Projektmanagement (Business), Design und Usability (Designer) sowie technische Plattformen, Anwendungs- und Grammatikentwicklung

(Techniker, Programmierer)." Diese Intensiv-Seminare richten sich an all diejenigen, die sich vor den VOICE Days fit machen wollen in Sachen VOICE, um mit ihrem frisch erworbenen Fachwissen noch mehr von dem Kongress profitieren zu können.

„Dass wir mit den neuen Bestandteilen das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS noch interessanter machen werden, zeigen unsere laufenden Gespräche mit potenziellen Sponsoren und Medienpartnern", so Sprecher Bernhard Steimel: „Auch in 2006 wird die Initiative VOICE BUSINESS von breiter Unterstützung getragen werden – Prof. Wahlster vom DFKI übernimmt auch dieses Jahr wieder die Schirmherrschaft; den großen Kreis der Sponsoren und Medienpartner geben wir in Kürze bekannt."

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Initiative_VOICE_BUSINESS_startet_Aktionsprogramm_2006:_Neue_Zielgruppen_im_Visier_200602221972.html

http://allpr.de/38598/Initiative-Voice-Business-startet-Aktionsprogramm-2006-Neue-Zielgruppen-im-Visier.html

http://www.inar.de/blog/telekommunikation/20060222/initiative-voice-business-startet-aktionsprogramm-2006-neue-zielgruppen-im-visier---das-aktionsprogramm-2006-wird-mit-breiter-unterstuetzung-aus-der-industrie-weiter-ausgebaut.html

http://openpr.de/news/77859.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-03/artikel-6082593.asp

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=20265

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/5F4C31F64D60B339C125711D004ACFB5?OpenDocument

http://www.com4biz.de/news/one-entry?entry%5fid=9233

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-53300.html

http://www.businessportal24.com/de/a/14942

http://pressemitteilung.ws/node/view/7401

http://www.pr-inside.com/de/initiative-voice-business-startet-aktionsprogramm-2006-neue-zielgruppen-im-visier-das-aktionsprogramm-2006-wird-r1823.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr15557.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=150577&cmd=Anzeigen

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_02_22_InternetMedienKommunikation_3.txt

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,22974.html

http://www.live-pr.com/initiative-voice-business-startet-aktionsprogramm-r88.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=262

DYS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Wetten per Telefon – Eine Branche wartet auf Deregulierung in einem boomenden Markt

Telefonwetten per WAP-/Java-Anwendung

06. März 2006 - Das Wetten auf Sportergebnisse erfreut sich in Deutschland einer immer größeren Beliebtheit: Nach einer Studie des Kölner Instituts Sport + Markt sollen rund 7 Millionen Bundesbürger bereits aktive Wetter sein, gar 10,4 Millionen interessieren sich für Wettangebote. Besonderes Potenzial bieten in diesem Markt mobil zu nutzende Wetten. Anbieter von mobilen Wetten und Glücksspielen setzen darauf, dass Wettfreunde auch von unterwegs oder vor Ort bei entsprechenden Events auf ihre Favoriten setzen wollen. Doch wie soll das funktionieren, wenn man gerade unterwegs zum Stadion ist und schnell noch auf seinen Verein tippen will?

Derzeit müssen mobile Wettfreunde ihr Handy dazu auf eine WAP-Anwendung einstellen oder die entsprechende Java-Anwendung runterladen und installieren. Einer der Vorreiter für das mobile WAP-Portal ist dabei der Anbieter Betandwin, der unter wap.betandwin.com sein Wettangebot anbietet. Für registrierte Nutzer aus Österreich, Italien und Spanien bietet Betandwin auch eine Wettabgabe per SMS. Per SMS-Anforderung „navigiert“ der Spieler durch das Angebot und wählt seine gewünschte Spielpaarung aus und versendet seinen Einsatz. Das Versenden von Gewinnmitteilungen per SMS ist mittlerweile eine Grundfunktion der meisten Sportwetten-Anbieter im Internet.

Von der Zielgruppe verlangt dies fortgeschrittene Kenntnisse in der Bedienung internetfähiger Handys – wer schon mal versucht hat, seine eMails per Handy einzusehen, weiß, dass dies nicht trivial ist – und auch viele Wettinteressenten, die nicht so technikaffin sind , werden sich damit nicht auseinander setzen wollen.

Aktuelle SMS-Angebote findet man bisher lediglich in Form einer Gewinnspielteilnahme bei Quizsendungen. Per Premium-SMS kann aus verschiedenen Antwortmöglichkeiten gewählt werden und aus allen eingegangenen richtigen Antworten, wird dann der Gewinner ermittelt. Eine Vorab-Registrierung ist für eine Teilnahme nicht erforderlich und eine Bezahlung für die Teilnahme erfolgt als Premium-SMS über die Telefonrechnung.

Neben den Gewinnspielen sucht man interessante Wettangebote per Premium-SMS oder Premium-Call bisher vergeblich. Der ausgeschüttete Anteil an den Anbieter ist bisher zu gering, um Wettangebote mit attraktiven Gewinnquoten anbieten zu können.

Telefonwetten im Call Center

Viel einfacher ist es, einfach bei einem Wettanbieter anzurufen und zu sagen: „Ich wette 50,- € auf den Sieg von Bayern München“. Doch das erfordert auf Seiten des Wettanbieters den Betrieb eines Call Centers möglichst rund um die Uhr - das treibt die Kosten und senkt die Quoten. Ein solches Angebot bietet Anfang Februar der Anbieter Sportwetten.de AG für den Bereich der Pferdewetten an. Die Ausweitung dieses Angebots auf den gesamten Sportwettenbereich erfolgt im Rahmen der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Telefonwetten per Sprachcomputer

Mittlerweile ist es jedoch möglich, Call Center für die Annahme von Wetten vollständig zu automatisieren und durch einen Sprachcomputer abwickeln zu lassen. Dies wurde eindrucksvoll demonstriert beim VOICE Contest auf dem VOICE Day (http://www.voiceday.de) in Bonn.

Beim VOICE Contest hatten die Teilnehmer fünf Tage Zeit, um eine Wettapplikation als

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

sprachgesteuertes Info- und Wett-Portal zur Fußball-WM 2006 zu entwickeln. Im Rahmen der Aufgabenstellung wurde die Zusammensetzung von zwei Spielgruppen à vier Mannschaften getroffen, in denen bereits Zweidrittel der Spiele abgeschlossen sind. Zusätzlich wurden für die ausstehenden vier Begegnungen Quoten für eine Tendenzwette (1-0-2) bzw. für die Voraussage des exakten Ergebnisses gestellt. Optional konnte auch eine Langzeitwette auf den Weltmeistertitel mit angeboten werden. Die Spieler können sich zur Teilnahme mit der individuellen Handynummer autorisieren und sich mit der PIN-Eingabe 4711 legitimieren. Das Aufladen des Spielkontos konnte über eine selbst ausgedachte sechzehnstellige Kreditkartennummer erfolgen, deren Legitimität über den CVC-Code 452 geprüft autorisiert werden sollte.

Die Spieler konnte nach der Einwahl in das Sprachportal folgende Transaktionen per Sprachbefehl steuern:

• Platzierung einer Fußball-Wette auf ein bestimmtes Spiel unter Angabe des Wett-Types und des Einsatzes
• Abfrage von Spielplänen
• Abfrage von Gruppen und deren Teilnehmern
• Abfrage von Spielergebnissen aus vergangenen Spielen
• Abfrage & Aufladen des eigenen Kontostandes
• Bestätigung der Wette (inklusive Einsatz und Quote) via SMS
• Aufladen des Kontostandes per Kreditkarte – allerdings ohne „echte“ Kreditkartenvalidierung

An diesem Wettstreit haben neben internationalen Branchengrößen wie Nortel auch etablierte Spezialisten wie Sikom, Sympalog und voice robots sowie der innovative Newcomer auratech teilgenommen. Auch wenn innerhalb der kurzen Zeit nur Demoanwendungen realisiert werden konnten, so beeindruckt doch die hohe Funktionalität der einzelnen Anwendungen.

Die Möglichkeit, Wettangebote durch Sprachtechnologie zu automatisieren, bietet Wettanbietern ganz neue Möglichkeiten – hinsichtlich der Größe der erreichbaren Zielgruppen ebenso wie hinsichtlich der Quoten, die durch die niedrigeren Kosten einer automatisierten Lösung natürlich höher ausfallen als beim Anruf im Call Center des Wettanbieters. Denn die Demoanwendungen zeigen, dass das Erkennen, Verstehen und Verarbeiten menschlicher Äußerungen, also die Spracherkennung und das synthetische Erzeugen von Antworten in überzeugender, natürlicher Qualität, technisch ausgereift ist. Die Zeiten langweiliger Tastatur- und Sprachbefehle sind vorbei. Während man aus anderen sprachgesteuerten Informationsportalen noch die Eingabe von Zahlen per Telefontastatur gewohnt ist, konnten die hier vorgeführten Anwendungen selbst Genuschel und Dialekte einwandfrei erkennen. Der frei gesprochene Satz: „Ich möchte zwanzig Euro auf Argentinien setzen“ wurde von der Spracherkennung ohne Probleme als eine Siegwette im nächsten Spiel, mit einem Einsatz von 20,- € auf Argentinien interpretiert. Und so konnten auch Informationen nach dem gegebenen Spielplan abgerufen oder die Quotenabfrage oder das Aufladen des Spielkontos per Kreditkarte einwandfrei per Sprachsteuerung durchgeführt werden.

Die vorgeführten Anwendungen bildeten die Anforderungen von Wettanbietern an automatisierte Wettannahmestellen eins zu eins ab. Für Wettanbieter ergeben sich daraus neue Geschäftsmöglichkeiten: Die Entwicklung eines marktfähigen Systems ist bereits für unter 200.000,- € zu realisieren. Von da an liegen die Transaktionskosten nach aktuellen Studien bei durchschnittlich 50 ct. Gute Sprachcomputer haben Fallbschlussraten von über 90 Prozent; die Kundenakzeptanz liegt laut aktuellen Studien bei über 70 Prozent. Insbesondere ältere Menschen tun sich nachweislich leichter mit der Bedienung von Sprachanwendungen als beispielsweise mit Internet-Anwendungen.

Bei der Realisierung guter Sprachanwendungen werden auf Basis eines Storyboards durch einen professionellen Sprecher die wichtigen statischen Ansagen (Willkommen, Systeminfo, Angebotsbeschreibung etc.) gesprochen. Dynamische Inhalte wie Quoten oder Ergebnisse werden per Sprachsynthese umgesetzt. Die Anwendung greift auf die gleichen Technologien und Backends

zurück, mit denen die Quoten, Zahlen und Statistiken für die Webseiten aktualisiert werden. So ermöglichen Sprachdialogsysteme innerhalb kurzer Zeit, viele – wenn auch vorbereitete – Dialoge zu führen und Spitzenlasten effizient zu verarbeiten. Sie können wenige Minuten vor dem Anpfiff eines Fußballspiels sogar noch eine Erinnerungs-SMS mit eingebauter Rückrufnummer verschicken und somit auch Spontanwetten initiieren.

Die Ansagen, synthetische wie aufgenommene, können dabei nach Tageszeiten, Stammkunden oder Alter variieren und zu einer individuellen, personalisierten Kundenansprache modifiziert werden. Die Systeme sind hoch interaktiv und erlauben den Wettkunden das ‚Springen' in andere Menübereiche. Auch können Stammkunden auf Basis ihrer Wetthistorie präferierte Wetten direkt angeboten werden. In ausgeklügelten Audiowelten, die auch Stars sprechen können (wie beim sprachgesteuerten Lukas-Podolski-Gewinnspiel des 1.FC Köln) entsteht für den Anrufer eine intensive Erlebniswelt mit hohem Unterhaltungscharakter und konkurrenzlos günstigen Kosten bei breitem Angebot. Der größte Vorteil aber ist: sprachgesteuerte Wettangebote sind von vornherein barrierefrei.

An der neuentfachten Spielleidenschaft per Handy wollen - rechtzeitig zur Fußball-Weltmeisterschaft in diesem Jahr - nun auch die Fernsehsender teilhaben. Bei den großen Privatsendern Pro Sieben, Sat.1 und RTL liegen bereits Konzepte für interaktive Wettangebote in den Schubladen. Dabei bildet das Handy den interaktiven Rückkanal für die angepriesenen Wetten. Auch das Münchner Unternehmen EM.TV mit dem Sparten-Sportsender DSF sowie der Bezahlkanal Premiere haben sportbegeisterte Zuschauer als Wettkandidaten im Visier. „Wir erachten den Bereich Sportwetten als attraktives Thema mit hohem Umsatz- und Renditepotential", sagt Werner Klatten, Vorstandschef von EM.TV.

Der Bezahlkanal Premiere Win soll nach Premiere-Chef Georg Kofler „eine Topmarke im Wettgeschäft schaffen" - und bis 2008 jedes Jahr Wettumsätze von einer Milliarde Euro vermitteln. Fünf bis fünfzehn Prozent an Provisionen könnten dabei für seinen eigenen Sender rausspringen.

„Der Zuschauer darf keine intellektuellen Eintrittsbarrieren haben", sagt Wolfgang Reiter, der den Wettkanal für Premiere entwickelt hat: „Solange das Programm unterhaltsam ist, ist es völlig egal, ob man Lottokugeln rollen oder Pferde im Kreis rennen lässt." Schnell und schlicht also muss es sein: Der Wetteinsatz wird per Telefon oder Mausklick übermittelt.

Seit Startschuss haben sich laut Senderangaben bereits 50 000 Premiere-Kunden zur Registrierung animieren lassen. Die Umsätze sind drei- bis viermal so hoch wie erwartet. Anfang des zweiten Quartals 2006 sollen erste Gewinne abfallen. Zur Fußball-WM will der Münchner Bezahlkanal seine Kunden dann mit einer interaktiven Technologie beglücken, die das Wetten per Knopfdruck sogar auf der heimischen Fernbedienung möglich macht.

Als Vorbilder dienen den deutschen Sendern interaktive TV-Kanäle im europäischen Ausland. Der französische Wettanbieter PMU etwa machte 2004 knapp 80 Millionen Euro Umsatz mit interaktiven TV-Wetten. Skybet, die Zocker-Tochter des britischen Senders BSkyB, erwirtschaftete im vergangenen Jahr 380 Millionen Euro mit Wetten.

Mit Blick auf den zu erwartenden Fall des Staatsmonopols im April, werden etablierte Wettanbieter und Fernsehsender zur Abrundung ihres Serviceumfanges und zum Ausbau ihrer Zielgruppen das Abschließen von Wetten per Telefon anbieten.

An dieser Stelle sei noch darauf hingewiesen, dass der telefonische Abschluss von Wetten – auch durch Einsatz von Sprachcomputern – den Regelungen zum E-Commerce unterworfen ist. Das heißt insbesondere, dass die umfangreichen Informationspflichten zu beachten sind, die etwa nach dem Fernabsatzrecht greifen. Das automatisierte Vorlesen von Texten wie etwa den allgemeinen Geschäftsbedingungen stellt technisch kein Problem dar und kann auch verbrauchergerecht umgesetzt werden. Für den Anbieter ist eine rechtlich einwandfreie Umsetzung unverzichtbar, denn

sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht wirksam in den Wettvertrag mit einbezogen, droht nicht nur das Risiko einer Abmahnung, sondern auch die Nichtigkeit des vom Anbieter entworfenen Regelwerkes. Das kann dann teuer werden, wenn der Anbieter beispielsweise bei Sportwetten für ungewöhnliche Spielverläufe Sonderregelungen getroffen hat. Diese Regelungen sind dann unwirksam, werden also im Falle eines Rechtsstreits nicht angewendet. Sollte durch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters Klarheit geschaffen werden, herrscht stattdessen Unklarheit über den Ausgang sämtlicher telefonisch abgeschlossener Wetten. Es lässt sich leicht ausmalen, welche finanziellen Risiken damit verbunden sind.

Quelle: http://www.ra-hambach.com/cms/front...lang=1&client=1

Erschienen u.a. bei:

http://www.ra-hambach.com/cms/front...lang=1&client=1

http://www.wettenforum.com/forum/showthread.php?t=365

Kundenzufriedenheit ist das A und O in der Call Center- Branche

Bonn/Wiesbaden, 13. März 2006 – Kundenzufriedenheit steht bei Call und Contact Centern an erster Stelle. Zu diesem Ergebnis kommt der Merchants Global Contact Centre Benchmarking Report 2006 des IT-Dienstleisters Dimension Data http://www.dimensiondata.com. 75 Prozent der Befragten erkennen die strategische Bedeutung der Kundenzufriedenheit an und wollen sie durch verbesserte Interaktion, optimiertes Prozessmanagement und Technologieeinsatz steigern, schreibt Alexander Jünger im Magazin Call Center Profi (CCP) http://www.callcenterprofi.de. Zunehmend stehe nicht mehr der Kostenaspekt im Vordergrund, sondern die Verbesserung der Prozessqualität bei der Interaktion mit den Kunden. Ein Beleg für diese Veränderung sei die zunehmende Personalisierung der Contact Center-Leistungen. Inzwischen hätten 28 Prozent der Call Center ihr Standardangebot, 17 Prozent ihr Angebot für besonders wertvolle Kunden und 14 Prozent ihre Angebote für Kampagnen personalisiert.

Die Servicequalität hänge weitgehend davon ab, ob der Kunde identifiziert werden könne. Nur so lässt sich ein individueller Interaktions- und Serviceprozess aufsetzen. Trotzdem nehme derzeit mehr als ein Viertel der Call Center keine Kundenidentifizierung vor, so Jünger. Der Anteil der Contact Center mit nur noch einer Service-Nummer stieg von 22 Prozent im Report des vergangenen Jahres auf 36 Prozent in diesem Jahr. 75 Prozent der Contact Center berichten überdies direkt an die Unternehmensleitung, darunter 25 Prozent an den Vorstandsvorsitzenden. Dies ist laut CCP ein Beleg ein Beleg dafür, dass sich die Erkenntnis, dass Call Center einen direkten Einfluss auf die wichtigste Ressource der Unternehmen haben, durchgesetzt hat.

Der Grad der Kundenzufriedenheit werde dadurch auch zu einem wichtigen Faktor bei der Beurteilung der Call Center. Doch paradoxerweise würden häufig nur die Beschwerden der unzufriedenen Kunden zur Erfassung und Messung der Kundenzufriedenheit genutzt. „Die geringe Nutzung wirklich strategischer Indikatoren und Messgrößen wie Kundenbindung, Kundenlebenszyklus oder Wiederkaufsraten zeigen, dass viele Contact Center Schwierigkeiten bei der Darstellung der Kundenwerte haben“, sagt Cara Diemont, die als Projektleiterin bei Dimension Data die Erstellung der Studie verantwortet.

Ein weiterer Trend bei der technologischen Innovation bei Contact Centern ist der zunehmende Einsatz von Spracherkennung. Ein knappes Drittel der Befragten setzt schon jetzt Spracherkennungstechnologien ein. Immerhin 17 Prozent wollen entsprechende Lösungen im Laufe des nächsten Jahres einführen. Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceaward.de, sieht hierin einen Beleg für den unaufhaltsamen Trend zur Automatisierung. „Die Automatisierung von Prozessabläufen im Call Center entwickelt sich zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Insbesondere der Einsatz von Sprachcomputern für stark standardisierte Services wird in Zukunft die Spreu vom Weizen trennen“, so Steimel. Die Agents würden von lästigen Routineaufgaben entlastet und hätten mehr Zeit für ihr Kerngeschäft. Es stimme nicht, dass der Einsatz von Sprachtechnologie im Contact Center zwingend zu einem Verlust an Arbeitsplätzen führe. Vielmehr sei die neue Technologie ein Wachstumstreiber, der zur Schaffung von neuen Jobs beitrage. Ohne den Einsatz der Sprachautomatisierung sei in vielen Unternehmen auch kein Rund-um-die-Uhr-Service möglich, so der Berater.

Erschienen u.a. bei:

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=356

http://www.businessworld.de/2006/03/14/kundenzufriedenheit-ist-das-a-und-o-in-der-call-center-branche/

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h15610_kundenzufriedenheit_ist_das_a_und_o_in_der_call.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=6142&mode=&order=0&thold=0

http://pressemitteilung.ws/node/view/7857

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,2872,nodeid,69.html

http://www.businessportal24.com/de/a/18489

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_03_13_InternetMedienKommunikation_3.txt

http://www.live-pr.com/spracherkennung-wird-zum-erfolgsfaktor-bei-r241.htm

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,24467.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=151284&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr15806.html

http://www.pr-inside.com/de/spracherkennung-wird-zum-erfolgsfaktor-bei-der-automatisierung-von-prozessablaeufen-r1987.htm

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Kundenzufriedenheit-ist-das-A-und-O-in-der-Call-Center-Branche/1605

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=20716

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19088.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-03/artikel-6128038.asp

http://www.computerwelt.at/detailArticlePr.asp?a=102214&n=17

Sinnliche Computer: Mensch-Maschine-Strategien für die Post-PC-Ära

Intuitive Bedienung gegen Überflutung mit technischen Funktionen

Berlin/Bonn, 21. März 2006 - Computer beherrschen immer mehr Funktionen - doch viele Anwender blicken schon heute bei ihrem Handy nicht mehr durch, berichtet die tageszeitung (taz) http://www.taz.de. Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH (DFKI) http://www.dfki.de und Schirmherr der Bonner Voice Days http://www.voicedays.de arbeite daran, dass sich der Computer dem Menschen anpasst. „Die Überflutung der Geräte mit Funktionen, die selten benötigt werden, ist in der Tat ein großes Problem. Das wird sich aber in Zukunft verbessern. Wir arbeiten daran, dass sich die neuen Multifunktionsgeräte, mit denen man telefonieren, fernsehen und im Internet surfen kann, intuitiv bedienen lassen“, so Wahlster im taz-Interview. Sein Ziel sei es, dass die Technik, die dahinter stecke, im Verborgenen bleibe und mit allen menschlichen Sinnen wie Sprache, Gestik und Mimik bedient werden könne. Nextiraone-Geschäftsführer Helmut Reisinger http://www.nextiraone.de hält diesen Forschungsansatz für unverzichtbar: Technik dürfe nicht ausschließlich aus der Logik der Maschinen heraus entwickelt werden, sonst dominieren rein mechanische Maßstäbe. „Die Technik wird immer komplexer, daran führt kein Weg vorbei. Der Anwender darf davon aber nichts merken. Das ist wahre Ingenieurkunst“, so Reisinger.

Firmen denken nach Erfahrungen von Omar Khorshed, Vorstandschef des Düsseldorfer Abrechnungsspezialisten acoreus http://www.acoreus.de, zu sehr in ihren eigenen Strukturen, auch in ihren eigenen Produkten, anstatt über ihre Fähigkeiten nachzudenken. „Es geht um Fähigkeiten, nicht um Produkte. Und schon gar nicht um vielfach unerwünschte Zusatzfunktionen, die von allen mitbezahlt werden müssen, damit wenige sie verstehen", sagt Khorshed. Die Kunst bestehe in der Anwendung von Standardlösungen, die aber auf individuelle Anforderungen angepasst werden müssen. Featurerismus als l’art pour l’art hat seine Zukunft hinter sich.

Mit der Entwicklung Compass2008 werde nach Auskunft von Wahlster erstmals ein Handy mit einem eingebauten Übersetzungssystem für gesprochene Sprache auf den Markt gebracht. „Es ist zunächst für Besucher der Olympischen Spiele in Peking 2008 gedacht. Wenn Sie zum Beispiel im Restaurant sind, sprechen Sie Ihre Bestellung auf Deutsch in das Handy, das Ihren Satz ins Chinesische übersetzt. Aus dem Lautsprecher gibt dann eine elektronische Stimme die Bestellung auf Chinesisch an den Kellner weiter. Je nach Umgebung stellt sich das Handy auf verschiedene Szenarien ein“, erklärt Wahlster. Auch beim klassischen PC werde sich einiges ändern. Man stehe am Anfang der Post-PC-Ära. „Und dafür brauchen wir mobile Geräte, die ohne Maus und Tastatur auskommen. Die neuen Computer werden alle menschlichen Sinne nutzen, um mit dem Computer zu kommunizieren - dazu gehören Sprache, Gestik und Mimik, aber auch alles, was haptisch funktioniert, wie das Drehrad beim Ipod“, so Wahlster.

Auch der Internet-Suchmarkt werde mit dem Einzug von automatischer Spracherkennung in eine neue Dimension wachsen. „Sprache wird künftig in doppelter Beziehung eine Rolle spielen: für die Erschließung neuer Suchinhalte wie Voicefiles und als neuer Zugangsweg ins Internet“, so Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business. Nach Angaben von Wahlster werde man bei dieser Thematik zur Fußball-Weltmeisterschaft neue Anwendungen erleben: „Sofern die WM-Besucher über ein entsprechend ausgerüstetes Handy mit Spracherkennung verfügen, können sie Informationen über Spielstände, WM-Historie, Touristenattraktionen und Hotels abfragen. Eine Software sucht im Web und in Datenbanken nach Antworten und liest die richtige vor. Das erledigen neuartige intelligente Suchmaschinen. Sie bedienen sich neuer Computersprachen, um Art, Inhalt und Charakter von Dokumenten und Web-Seiten zu erkennen, statt nur nach Stichworten zu fahnden. So stoßen sie auf die wahrscheinlichste Antwort, statt hunderte oder gar tausende Treffer anzuzeigen“. Experten sprechen bei der Weiterentwicklung vom semantischen Web: Das Internet lernt Fakten zu verknüpfen und zu sprechen.

Erschienen u.a. bei:

http://www.businessworld.de/2006/03/21/sinnliche-computer-mensch-maschine-strategien-fur-die-post-pc-ara/

http://www.4.am/Business/Business/Sinnliche_Computer:_Mensch-Maschine-Strategien_fuer_die_Post-PC-Ae%0D%0A%D6ra_200603212102.html

http://www.acoreus.de/index.php?id=122&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=136&tx_ttnews%5BbackPid%5D=36&cHash=d0fced9e71

http://allpr.de/41977/Sinnliche-Computer-Mensch-Maschine-Strategien-fuer-die-Post-PC-aera-Intuitive-Bedienung-gegen-ueberflutung-mit-technischen-Funktionen.html

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/suchmaschinen/sinnliche-computer.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=print&sid=6224

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-03/artikel-6165555.asp

http://pressemitteilung.ws/node/view/8010

http://www.nextiraone.de/pres/presaktu.htm

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=20879

http://www.businessportal24.com/de/a/20015

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19215.html

http://openpr.de/news/80727.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=404

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/medienbuero-sohn/boxid-56366.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=151577&cmd=Anzeigen

http://www.pr-inside.com/de/sinnliche-computer-mensch-maschine-strategien-fuer-die-post-pc-aera-intuitive-bedienung-gegen-ueberflutung-mit-technischen-funktionen-r2123.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr15905.html

http://www.live-pr.com/sinnliche-computer-mensch-maschine-strategien-f-r-r306.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_03_21_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=print&sid=6224

http://www.businessportal24.com/de/a/20015

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,25079.html

Mit Spracherkennung schneller ans Ziel

Neue Navigationstechniken erhöhen den Fahrkomfort und bringen mehr Sicherheit

Von Gunnar Sohn

Bonn/Düsseldorf, 23. März 2006 – Neue Technologien werden an ihrem praktischen Nutzen gemessen. Navigationssysteme zählen bei Neuwagen fast schon zur Serienausstattung. Doch die Zieleingabe per Sprache funktioniert noch nicht immer reibungslos. Neue Techniken versprechen nun mehr Komfort. „Autos hören aufs Wort“, schreibt das Düsseldorfer Handelsblatt http://www.handelsblatt.de. Um eine Stadt in Europa zu erkennen, müsse das Navigationssystem bis zu 80.000 Namen unterscheiden und eindeutig zuordnen. Viele Namen werden nicht entsprechend ihrer Schreibweise ausgesprochen. Laut Handelsblatt hat die Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt http://www.blaupunkt.de jetzt eine Lösung gefunden, die es erlaubt, Spracherkennung bereits in einfachen Navigationsgeräten der nächsten Generation einzusetzen, ohne dass es zu Verständigungsproblemen bei der Zieleingabe kommt. Das erste Gerät soll spätestens 2008 bei einem deutschen Fahrzeughersteller in Serie gehen.

Das Neue an dieser Technik sei, dass der Nutzer den Zielort in natürlicher Sprache eingibt und dann in einem mehrstufigen Verfahren vom System geführt wird. „Der vom Navigationssystem verstandene Ort wird anschließend wiederholt und zusätzlich optisch im Display präsentiert. Erst nach Bestätigung der Eingaben durch den Nutzer wird die Zielführung gestartet“, so Friedhelm Pickhard, Leiter des Produktbereichs Driver Information bei Blaupunkt. Nach Einschätzung von Branchen-Experten wird die intuitive Bedienung der Fahrzeugfunktionen in den nächsten Jahren den Kauf eines Neufahrzeuges entscheidend beeinflussen. Der Einsatz von Sprachsteuerung bei weiteren Multimedia-Systemen ist denkbar – so etwa bei der Auswahl eines Titels aus einer Musikdatenbank. Dies erhöhe auch die Sicherheit im Straßenverkehr, so Handelsblatt-Autor Fred Wagner. Nach Schätzungen von Wolfgang Wahlster, Direktor des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www.dfki.de und Schirmherr der Bonner Voice Days http://www.voicedays.de, sind bisher nur zehn Prozent der möglichen Anwendungen erschlossen: „Es ist abzusehen, dass Sprachdialogsystme in den nächsten zehn Jahren im Auto, bei der Bedienung intelligenter Haustechnik und beim mobilen Internet-Zugriff in den Massenmarkt vordringen.“

Die Anwendungsbeispiele aus der Automobilbranche würden unter Beweis stellen, wie breit intelligente Sprachsysteme eingesetzt werden könnten, so Bernhard Steimel Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceaward.de, im Gespräch mit pressetext: „Die Sprachautomatisierung ist vielfältig einsetzbar und bei zahlreichen elektronischen Geräten auf dem Vormarsch. Auch wenn die Systeme noch nicht völlig ausgereift sind, bürgen sie zum Beispiel für mehr Sicherheit im Straßenverkehr und machen komplizierte Technik für den Nutzer einfacher. Spracherkennung befindet sich deshalb auf einem Siegeszug, weil sie den Menschen das Leben einfacher macht“. Steimel verweist auf einschlägige Studien des Instituts für Demoskopie in Allensbach http://www.ifd-allensbach.de, wonach eine Mehrheit der Bevölkerung über Alters- und Geschlechtsgrenzen hinweg moniert, dass die Bedienung technischer Geräte oft unverständlich sei.

Das werde sich aber in Zukunft verbessern. Es kämen Multifunktionsgeräte mit intuitiven Bedienungsmenüs auf den Markt, mit denen man telefonieren, fernsehen und im Internet surfen könne. Das Ziel der Forschung sei es, dass die Technik, die dahinter stecke, im Verborgenen bleibe und mit allen menschlichen Sinnen wie Sprache, Gestik und Mimik bedient werden könne.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Auto/Auto/Mit_Spracherkennung_schneller_ans_Ziel_gelangen_200603232132.html

http://allpr.de/42267/Mit-Spracherkennung-schneller-ans-Ziel-gelangen-Neue-Navigationstechniken-erhoehen-den-Fahrkomfort-und-bringen-mehr-Sicherheit-Endgeraete-mit-intuitiven-Bedienungsmenues.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19269.html

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/tipps-und-tricks/spracherkennung.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=6232&mode=&order=0&thold=0

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-03/artikel-6175405.asp

http://openpr.de/news/81059.html

http://www.businessportal24.com/de/a/20512

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=20952

http://pressemitteilung.ws/node/view/8075

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=151667

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Mit+Spracherkennung+schneller+ans+Ziel+gelangen:+Neue+Navigationstechniken+erh%F6hen+den+Fahrkomfort+und+bringen+mehr+Sicherheit+-+Endger%E4te+mit+intuitiven+Bedienungsmen%FCs_49.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_03_23_ITSoftware_1.txt

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,25189.html

http://www.live-pr.com/neue-navigationstechniken-erh-hen-den-r330.htm

http://www.pr-inside.com/de/mit-spracherkennung-schneller-ans-ziel-gelangen-neue-navigationstechniken-erhoehen-den-fahrkomfort-und-bringen-mehr-sicherheit-r2199.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr15941.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=424

VOICE Award 2006 – Gesucht: die besten intelligenten Sprachanwendungen

Erweitertes Testverfahren legt Schwerpunkt auf Usability-Bewertung

Bad Homburg, Düsseldorf, Saarbrücken, 04.04.2006 – Zum dritten Mal in Folge vergibt die Initiative VOICE BUSINESS die VOICE Awards, mit denen die besten deutschsprachigen Sprachanwendungen in fünf Kategorien prämiert werden. Ab dem 1.4.2006 können alle Anbieter, Betreiber und Nutzer von Sprachanwendungen unter www.voiceaward.de/anmeldung ihre Favoriten anmelden - einzige Bedingung: Die Dienste müssen für Testzwecke zugänglich und bis zum 31.12.2006 erreichbar sein.

Alle gemeldeten Dienste werden in einem umfangreichen Testverfahren im Testlabor des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) herstellerneutral und nach wissenschaftlichen Verfahren „auf Herz und Nieren“ geprüft.
Dazu wurde das Testverfahren in diesem Jahr weiter optimiert: aufbauend auf anerkannten Standards von DIN, ISO und ITU werden der messbare geschäftliche Nutzen ebenso wie der Mehrwert für die Nutzer mit objektiv nachprüfbaren Kriterien untersucht und bewertet. Dazu wird die Anzahl der Laientester in diesem Jahr erhöht, um dem Anspruch eines vollwertigen Usability-Tests gerecht zu werden. Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wolfgang Wahlster vom DFKI, Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS und Vorsitzender der Award-Jury, betont: „Der von uns in den vergangenen drei Jahren entwickelte Voice Application Performance Index (VAPI) ist ein weltweit einzigartiges Tool zur Bewertung von Sprachdialogsystemen. Dieses mehrdimensionale Scoring-Model schafft nicht nur eine objektive Bewertung, sondern macht die Anwendungen aus wirtschaftlichen Aspekten wie aus Nutzersicht vergleichbar und liefert so wichtige Benchmark-Daten.“
Neben Prof. Wahlster sind Matthias Peissner, Leiter HCI des Fraunhofer Institut für Arbeitsorganisation, Christian Thunig, stellvertretender Chef-Redakteur der Absatzwirtschaft, Manfred Stockmann, Präsident des Call Center Forum e.V. und Jürgen Mehring, Bereichsleiter Organisation & Inhouse Consulting der Spardabank Hamburg und Preisträger aus dem Jahr 2004, die Juroren, die aus den nominierten Anwendungen die Sieger küren.

Die Experten-Jury vergibt VOICE Awards in den folgenden fünf Kategorien: Der „Best Practice Award“ prämiert die beste deutschsprachige Sprachapplikation, der „Best Innovation Award“: die Sprachapplikation mit der fortschrittlichsten technischen Umsetzung. Der „Best Enterprise Service“-Award wird für die beste Sprachautomation von Kunden- und Unternehmensprozessen, der „Best Value-Added Service“ für den besten sprachaktivierten öffentlichen Telefondienst bzw. das beste kostenpflichtige Sprachportal vergeben. Erstmals in diesem Jahr wird mit dem „Best VOICE Campaign“-Award die beste Marketing-Kampagne, die von einer telefonischen Sprachapplikation unterstützt wird, ausgezeichnet.

Für alle von der Jury zum VOICE Award 2006 nominierten Anwendungen werden die Testergebnisse im „Testbericht – Die besten deutschen Sprachanwendungen 2006“ in relativen Kenngrößen genau dargestellt. Diese Studie, die alle Besucher der VOICE Days sowie alle Nominierten und Gewinner der VOICE Awards kostenfrei erhalten, liefert damit einen echten Benchmark über die besten deutschsprachigen Sprachcomputer und hilft den Anbietern, Stärken und Schwächen ihrer Anwendungen im Vergleich mit dem Wettbewerb zu identifizieren und entsprechend zu optimieren. Auf Wunsch erstellt das DFKI in Zusammenarbeit mit Mind Business Consultants und Strateco auch dezidierte Einzelgutachten und gibt den Betreibern damit objektive Informationen an die Hand, auf deren Grundlage eventuelle Schwächen der Anwendungen gezielt behoben werden können.

Die Teilnehmer müssen ihre Favoriten in der Zeit vom 1. April bis zum 30. Juni anmelden. Sie erhalten dann die Zugangsdaten für den online-Fragebogen. Anschließend werden die Anwendungen, die die Teilnahmebedingungen erfüllen, ausführlich getestet. Am 1. September gibt die Jury die für die Endausscheidung nominierten Applikationen bekannt, aus denen sie die Sieger wählt, die am 18. Oktober 2006 auf den VOICE Days 2006 in Bonn in einer feierlichen Gala-Veranstaltung prämiert werden.

Weitere Informationen: www.voiceaward.de

Hintergrundinformationen

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind Mind Business Consultants, Strateco und telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem VOICE Award noch den den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, IBM, Siemens Business Services, T-Com und VoiceObjects; Silbersponsoren sind Eicon, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, SematicEdge, Softlab, Telenet und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Neue Nachricht, Teletalk sowie VDI nachrichten.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind das Call Center Forum Deutschland e.V., DFKI, das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO) sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Award_2006_%96_Gesucht:_die_besten_intelligenten_Sprachanwendungen_200604042194.html

http://www.inar.de/blog/telekommunikation/20060407/voice-award-2006--gesucht-die-besten-intelligenten-sprachanwendungen---erweitertes-testverfahren-legt-schwerpunkt-auf-usability-bewertung-.html

http://www.businessportal24.com/de/a/22857

http://www.themenrelevanz.de/bildung-und-wissenschaft/forschung/sprachanwendungen.html

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h15926_voice_award_2006_-_gesucht_die_besten.html

http://openpr.de/news/82344.html

http://www.com4biz.de/news/one-entry?entry_id=9497

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19511.html

http://www.frutilla.de/news/news.php?prno=1144140275

http://www.acquisa.de/newsDetails?topic=CallCenter&topicView=Call-Center&newsID=1145435054.48&d_start:int=4

http://pressemitteilung.ws/node/view/8391

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=21213

http://www.live-pr.com/voice-award-2006-gesucht-die-r430.htm

http://www.web4free.at/Artikel.1558

http://www.leipzig-bp24.de/de/a/15

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-58097.html

http://www.bochum-bp24.de/de/a/15

http://pronline.at/VOICE_Award_2006_%96_Gesucht%3A_die_besten_intelligenten_Sprachanwendungen.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_VOICE+Award+2006+%96+Gesucht:+die+besten+intelligenten+Sprachanwendungen+-+Erweitertes+Testverfahren+legt+Schwerpunkt+auf+Usability-Bewertung+_159.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=152161&cmd=Anzeigen

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=488

http://at-de.i-newswire.com/pr16095.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,25729.html

http://www.pr-inside.com/de/voice-award-2006-gesucht-die-besten-intelligenten-sprachanwendungen-erweitertes-testverfahren-legt-schwerpunkt-auf-r2596.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_04_04_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.voipclass.de/index.php?section=news&cmd=details&newsid=450

http://www.easeywebcity.de/Default.aspx?tabid=933

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6344&query=voice_award&a=2

http://www.politiknews.de/pn_25729.htm

Call Center: Gedämpfte Erwartungen für 2006

Branche leidet immer noch unter schlechtem Image

Bonn/Frankfurt am Main/www.ne-na.de , 07. April 2006 - Während das abgelaufene Jahr der Call Center-Branche einen Boom beschert hat, wird für 2006 mit einer rückläufigen Tendenz gerechnet. Dies ist ein Ergebnis der Call Center-Trendstudie (CCTS) 2006, welche die Christoph Busch Unternehmensberatung http://www.christophbusch.com jetzt vorgelegt hat. Im Januar und Februar dieses Jahres wurden 107 Call Center aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Die CCTS umfasst 49 offene und geschlossene Fragen zu den Themen Strukturdaten, Kerngeschäft, Outsourcing, Kosten, Technologie, Image und Qualitätsmanagemensysteme sowie Sonstiges. Befragungsteilnehmer waren Geschäftsführer und Inhaber von Call Centern, die Leiter des Kundenservices sowie Call Center-Manager aus 15 Branchen.

Gegenüber pressetext äußerte sich Busch zu den Ergebnissen seiner Studie: "Die Befragten gaben an, dass die Call Center 2006 rückläufig sein werden. Das Beschwerdemanagement wird die Top-Inbound-Aufgabe sein. Zur Top-Outbound-Aufgabe wird nach Angaben der Studien-Teilnehmer der Telefonverkauf avancieren. E-Mail entwickelt sich zum zweistärksten Kommunikationskanal. Da das Jahresgesamtbudget für Call Center 2006 nur marginal steigen dürfte, wird das Thema Kostensenkung auch in diesem Jahr wieder hoch im Kurs stehen." Trotz der intensiveren Berichterstattung über die Branche würden die Top 10 Dienstleister vom Markt immer noch unzureichend wahrgenommen. Die Befragten gaben an, dass das schlechte Image zu 74 Prozent durch negative Berichterstattung in den Medien entstehe. Doch immerhin 56 Prozent sind auch der Ansicht, dass die "Schwarzen Schafen" in der eigenen Branche zu dem Negativbild beitragen.

Im Jahr 2006 werde es aber auch positive Entwicklung geben, so Busch. Als Beispiel nennt er die staatlich anerkannten Ausbildungsberufe Kaufmann/-frau für Dialogmarketing und Servicekraft für Dialogmarketing. Doch nur 27 Prozent der Befragten planen, Mitarbeiter in ihrem Call Center auszubilden. Davon favorisieren 96 Prozent die Ausbildung zum Kaufmann/-frau für Dialogmarketing. Weitere 67 Prozent wollen Mitarbeiter auch zur Servicekraft für Dialogmarketing ausbilden. Ein technologischer Trend des Jahres 2006 wird der verstärkte Einsatz von Automatisierung sein. "Fast ein Drittel aller befragten Unternehmen will 2006 in Sprachdialogsysteme investieren. Dies hängt auch mit der Kostendiskussion zusammen, da Sprachdialogsysteme bei richtigem Einsatz dafür sorgen, dass Agenten von stupid calls entlastet werden und die 'teure' Agentenzeit nur für wirklich qualifizierte Aufgaben verwendet wird", sagt Jens Klemann, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de .

Klemann verweist auf die bestehenden Image-Probleme der Call Center und rät, bei Sprachdialogsystemen auf eine hohe Benutzerfreundlichkeit und wohldosierten Einsatz zu achten. Die Art und Weise, in der einige Unternehmen derzeit Sprachsysteme beispielsweise bei Outbound-Calls für Gewinnspiele einsetze, füge der gesamten Branche Schaden zu. "Mit dem Voice Award, der in diesem Jahr zum dritten Mal während der Bonner Voice Days im Oktober vergeben wird, haben wir ein Instrument geschaffen, um sich klar von den Schwarzen Schafen abzugrenzen. Alle gemeldeten Dienste werden in einem umfangreichen Verfahren im Testlabor des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) herstellerneutral und nach wissenschaftlichen Verfahren 'auf Herz und Nieren' geprüft", so Klemann.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Call_Center:_Gedaempfte_Erwartungen_fuer_2006_-_Branche_leidet_immer_noch_unter_schlechtem_Image_200604072216.html

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h16044_call_center_gedaempfte_erwartungen_fuer_2006.html

http://www.businessportal24.com/de/a/23850

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060407004

http://openpr.de/news/82855.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=6371&mode=&order=0&thold=0

http://www.neuenachricht.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/07558FB953EAD589C12571490031F1E4?OpenDocument

http://www.leipzig-bp24.de/de/a/3

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19601.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=518

http://www.pr-inside.com/de/call-center-gedaempfte-erwartungen-fuer-2006-branche-leidet-immer-noch-unter-schlechtem-image-r2809.htm

http://www.call-center.de/ccpresse/callcenterpresse070406081351.htm

http://www.globalewirtschaft.de/pm/?w=det&ID=21331

http://www.web4free.at/Artikel.1572

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=152305

http://www.live-pr.com/call-center-ged-mpfte-erwartungen-f-r-r469.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_04_07_ITSoftware_1.txt

http://allpr.de/44072/Call-Center-Gedaempfte-Erwartungen-fuer-2006-Branche-leidet-immer-noch-unter-schlechtem-Image.html

http://at-de.i-newswire.com/pr16161.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Call_Center%3A_Ged%E4mpfte_Erwartungen_f%FCr_2006_-_Branche_leidet_immer_noch_unter_schlechtem_Image__189.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/8533

http://www.voipclass.de/index.php?section=news&cmd=details&newsid=510

Mensch und Maschine im Dialog

Der Voice-User-Interface-Designer ist ein Beruf für Quereinsteiger

Bonn/Köln/www.ne-na.de, 10. April 2006 - Ein Laie kann mit der Berufsbezeichnung „Voice-User-Interface-Designer“ wenig anfangen. Wenn Kerstin Sehnert von der Kölner Firma DTMS Solutions http://www.dtms-solutions.de nach ihrem Beruf gefragt wird, hat sie zwei Varianten parat. Gegenüber Laien erklärt sie, dass sie mit Mensch-Maschine-Kommunikation arbeite und ihr Job etwas mit dem Telefon zu tun habe. Bei Computerfachleuten macht sie den Zusatz, dass sie sich mit „Sprachtechnologie und Telefonie“ beschäftige. In der Serie Neue Berufe der Süddeutschen Zeitung (SZ) http://www.sueddeutsche.de stellt Christine Demmer den so genannten VUI-Designer vor.

In einer längeren Version erläutert Sehnert ihre Tätigkeit folgendermaßen: „Jeder kennt doch diese Dialogsysteme beim Telefon, zum Beispiel bei der Auskunft oder beim Kundendienst, bei dem der Anrufer, also der user, von einer Computerstimme, englisch voice, durch das Menü geleitet wird. Ein Mensch kommuniziert also mit einer Maschine, und damit sich die beiden verstehen, muss die Dialogführung, also die Schnittstelle, englisch interface, vorher gründlich durchdacht werden. Sonst fühlen sich die Anrufer von der Maschine nicht verstanden und knallen genervt den Hörer auf.“ Der VUI-Designer überlege, was der Anrufer bezwecke. Das erfahre er vom Auftraggeber, der bei ihm ein Dialogsystem bestelle und in seinem Unternehmen einsetzen wolle.

Sehnert wollte nach dem Studium der Phonetik, Germanistik und Pädagogik zunächst in Richtung Sprachtherapie gehen. VUI-Design sei ein ideales Feld für Quereinsteiger. Hier arbeiteten Psychologen, Kommunikationswissenschaftler, Musiker und Germanisten. Gelernt werde on the job; für eine regelrechte Ausbildung sei der Beruf noch zu neu. Man brauche Spaß an Sprache und Kommunikation. Ein technischer Hintergrund sei nicht zwingend nötig, aber wünschenswert. „Doch im Zweifel eignet sich ein Germanist besser als ein Informatiker“, so die DTMS-Mitarbeiterin. Bei der Umsetzung des Dialogdesigns wird Sehnert von Programmierern unterstützt. Die Kunst bestehe darin, den Anrufer glauben zu machen, dass er unbegrenzt reden könne, gleichzeitig aber die Antwortmöglichkeiten einzuschränken, um die Software nicht ins Stolpern zu bringen.

„Mensch-Maschine-Dialogsysteme stehen(...)in direkter Konkurrenz zu persönlich besetzten Firmen-Hotlines und Call-Centern. Unklar ist, wer das Rennen macht“, schreibt Demmer. Der Düsseldorfer Internetexperte und Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de, Bernhard Steimel, hält nichts davon, Mensch gegen Maschine auszuspielen: „Bei Sprachdialogsystemen muss man genau überlegen, wann sie zum Einsatz kommen. Selbstverständlich reduzieren sie auch Kosten; vor allem aber entlasten sie Agenten im Call Center von nervenden Routineaufgaben und lassen Zeit und Raum für zeitintensivere und anspruchsvollere Beratungsgespräche am Telefon.“ Der Einsatz von Sprachcomputern im telefonischen Service wird jedenfalls dann akzeptiert, wenn die Nutzerfreundlichkeit im Mittelpunkt steht. Studien belegen: Die Qualität des Dialogdesigns bestimmt maßgeblich Akzeptanz und Erfolg dieser Technologie. Ähnlich wie der Web Designer das "Look & Feel" bestimmt, entwirft der Dialog Designer das "Hear & Feel" einer Sprachanwendung und gestaltet somit deren "Persönlichkeit". Systeme mit sympathischem "Hear & Feel" berücksichtigen die Besonderheiten der gesprochenen Sprache mit ihren emotionalen und intuitiven Elementen. Eine der auch international bekannten Galionsfiguren dieser Szene ist Tom Houwing. Auch Houwing ist ein klassischer Quereinsteiger. Er ist weder Techniker noch Sprachwissenschaftler, sondern Musiker. Seit Januar 2002 arbeitet er für die Firma Voice Objects http://www.voiceobjects.com aus Bergisch-Gladbach und ist dort als Head of VUI-Group zuständig für die Qualität des VUI-Designs.

VUI-Desinger hätten eine verantwortungsvolle Aufgabe, so Houwing: "Anwenderfreundliche Benutzerschnittstellen entscheiden über die Akzeptanz von Sprachanwendungen. Voraussetzung dafür ist ein Nutzer-zentrisches Design. Dies erfordert langjährige Erfahrung und detaillierte Kenntnisse auf verschiedensten Gebieten, von der Kommunikationspsychologie bis zum Sound Engineering." Der Beruf des VUI- oder Dialog-Designers sei in Deutschland und Europa noch nicht so weit verbreitet wie in den Vereinigten Staaten. Zum Beispiel fehlt ein eigenes Ausbildungs- oder

Studienprogramm. Doch Houwing ist der Meinung, dass sich auf lange Sicht ein solches Studienprogramm etablieren wird, da sich der Einsatz von Sprachcomputern im täglichen Leben der Bürger immer stärker durchsetzt.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Mensch_und_Maschine_im_Dialog_%96_Der_Voice-User-Interface-Designer_ist_ein_Beruf_fuer_Quereinsteiger_200604102226.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19640.html

http://www.businessportal24.com/de/a/24194

http://openpr.de/news/83074.html

http://allpr.de/44210/Mensch-und-Maschine-im-Dialog-Der-Voice-User-Interface-Designer-ist-ein-Beruf-fuer-Quereinsteiger.html

http://www.leipzig-bp24.de/de/a/18

http://www.neuenachricht.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/CD2E170400702AAAC125714C003AE6F9?OpenDocument

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=530

http://www.live-pr.com/der-voice-user-interface-designer-ist-r486.htm

http://www.frutilla.de/news/news.php?prno=1144667728

http://pressemitteilung.ws/node/view/8609

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_04_10_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.web4free.at/Artikel.1577

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=21367

http://www.pr-inside.com/de/der-voice-user-interface-designer-ist-ein-beruf-fuer-quereinsteiger-r3008.htm

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=152443&cmd=Anzeigen

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=530

http://at-de.i-newswire.com/pr16186.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Mensch_und_Maschine_im_Dialog_%96_Der_Voice-User-Interface-Designer_ist_ein_Beruf_f%FCr_Quereinsteiger__203.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-04/artikel-6263950.asp

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,25978.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6382&query=steimel&a=1

Web 2.0 auch für Sprachautomatisierung interessant

Düsseldorf/Bonn, www.ne-na.de, 13. April 2006 - In den Medien gibt es ein neues Zauberwort: „Web 2.0“ oder „semantisches Web“. Mit neuen Beschreibungsstandards und Technologien will man die Suche nach Informationen verbessern und die automatische Verarbeitung von Daten und Wissen aus unterschiedlichen Quellen unterstützen. „Dabei soll das semantische Web vergleichbar sein mit den assoziativen Netzwerken des menschlichen Gehirns. Semantische Suchmaschinen sollen in absehbarer Zeit auf semantische Definitionen und damit verbundene Begriffshierarchien Rücksicht nehmen. So werden Inhalte auffindbar, die nicht genau die gesuchten, sondern nur bedeutungsverwandte Begriffe enthalten“, so Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voice-award.de, im Gespräch mit pressetext.

Damit wird das semantische Web auch für die Sprachautomatisierung interessant. So entwickelt das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www.dfki.de mit 16 Partnern den „Semantic Desktop“, der Inhalte aus Quellen wie E-Mails, Internet, Textdateien und Videos miteinander verknüpft und beispielsweise einen Kalendereintrag zu einer Messe mit relevanten E-Mails, Texten oder Bildern verlinken kann. Zu einem Eintrag wie „CeBIT März 2006“ erhält man automatisch ein übersichtliches Menü mit Informationen wie Einladungen von Ausstellern, Texte zu verschiedenen Exponaten oder Bilder des Messegeländes und Lagepläne, unabhängig vom Dateiformat oder der Anwendung.

Analysten wie Bill Meisel sehen darin allerdings nur einen marketinggetriebenen Hype, der noch keinen Niederschlag in der Praxis gefunden habe. Der Schlüssel liegt laut Meisel darin, einen Standardaufbau für Informationen zu schaffen, der so strukturiert und „eingekapselt“ ist, dass die in Webanwendungen enthaltene Information auch dem Telefon zur Verfügung steht. Meisel benennt zwei Probleme: Es stelle sich die Frage, wie bestehende komplexe Webinhalte aus verschiedenen Elementen wie Text, Links, Buttons, Bildern oder Audios so abgebildet werden können, dass sie nicht in unsinnigen Auswahlmenüs ende. Zudem müsse man akzeptieren, dass es Inhalte und Anwendungen gibt, die sich besonders zur grafischen Erschließung eignen, ebenso wie solche, die ideal für das Telefon seien. Sprachautomatisierung für das semantische Web werde es erst mit Technologien geben, die freie Navigation und Sortierung erlauben. Die Spracherkennung ist noch weit davon entfernt, ohne Kontext akzeptable Erkennungsraten zu liefern; von semantischer Suche kann man nur in streng begrenzten Kontexten sprechen. Der notwendige Entwicklungsschub ist innerhalb der nächsten zwei Jahre nicht zu schaffen“, prognostiziert Steimel.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Web_2.0_auch_fuer_Sprachautomatisierung_interessant_200604132243.html

http://www.businessportal24.com/de/a/24719

http://openpr.de/news/83581.html

http://allpr.de/44608/Web-2-0-auch-fuer-Sprachautomatisierung-interessant.html

http://www.neuenachricht.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/4AA7E13C842AEDEEC125714F00347BE5?OpenDocument

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19712.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=550

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6403

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_04_13_InternetMedienKommunikation_3.txt

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060413013

http://www.hardware-mag.de/news.php?id=39300

http://www.aon.at/portal/site/aon/menuitem.2d7a61252d2aa33c9bf1cb10740208c2/?vgnextoid=26860a151529a010VgnVCM2000004f1a1facRCRD

http://www.tarife-check.de/index.php?rubrik=internet&p=news&go=de&land=de&news=Web_20_Kein_Entwicklungsschub_zu_erwarten_2314

http://www.live-pr.com/print516.htm

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=152533

http://www.web4free.at/Artikel.1586

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Web_2_0_auch_f%FCr_Sprachautomatisierung_interessant_226.html

http://at-de.i-newswire.com/pr16228.html

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=21455

http://pressemitteilung.ws/node/view/8724

http://www.pr-inside.com/de/web-2-0-auch-fuer-sprachautomatisierung-interessant-r3131.htm

http://www.voipclass.de/index.php?section=news&cmd=details&newsid=580

http://www.leipzig-bp24.de/de/a/28

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-04/artikel-6281827.asp

http://www.freiburg-bp24.de/de/a/28

http://www.pcopen.de/news/news_show.cgi?news=1144950024&title=Web%202.0:%20Kein%20Entwicklungsschub%20zu%20erwarten

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Milliardenmarkt Mehrwertdienste

Intelligente Sprachportale machen das einstige Zusatzgeschäft zum Wachstumsgaranten

Von Gunnar Sohn

Bonn/Berlin, 24. April 2006 - Seit März verfügt die Stadt Berlin über ein neues Telefonauskunftssystem zur Verbesserung ihres Bürgerservice. Antragsteller von Personalausweisen oder Reisepässen können rund um die Uhr Bearbeitungsstand, Abholtermin und Abholort ihrer Dokumente abfragen. Nach Angabe einer persönlichen Referenznummer erhalten sie über ein elektronisches Sprachdialogsystem die gewünschte Auskunft. Allein im Starmonat März verzeichnete man in der Hauptstadt über 5000 Anfragen, die zeigen, dass Sprachdialogsysteme beim Verbraucher offensichtlich akzeptiert werden. Das bestätigt auch ein Blick in die Hauptstadt unseres Nachbarlandes, wo ein Sprachportal namens Evelyn die Vermittlung der Taxizentrale unterstützt. „Viele Anrufer sprechen mit Evelyn genauso wie mit meinen Mitarbeiterinnen. Es ist daher davon auszugehen, dass sie gar nicht erkennen, dass sie mit einem Computer sprechen“, sagt Manfred Domandl, Call-Center-Leiter der zuständigen Funkvermittlung.

Während Behörden oder die Taxizentrale mit einem Sprachdialogsystem vor allem auf Kostensenkung abzielen, sind TV- und Rundfunksender dabei, neue Geschäftsmodelle auf Basis von Voice-Portalen zu etablieren. Der Norddeutsche Rundfunk http://www.ndr.de etwa verzeichnete bei der diesjährigen Vorausscheidung zum Eurovision Song Contest 800.000 Interaktionen. 620.000 Anrufer vermittelten ihre Entscheidung per Telefon, 180.000 per SMS. Home Shopping Europe http://www.hse24.de hat nach eigenen Angaben 1,4 Millionen Kunden, die mindestens einmal innerhalb von zwölf Monaten anrufen - das entspricht rund 20.000 Telefonaten täglich, die aber weitgehend per Call-Center abgearbeitet werden. Der einzige nennenswerte Betreiber eines Sprachdialogsystems ist der Bezahlsender Premiere http://www.premiere.de, der auf diesem Weg bis zu 250.000 Bestellungen pro Tag abwickeln kann. Und der Quizsender Neun Live http://www.9live.de zeigt exemplarisch, dass Klingeltöne, Auktionen, Produktverkäufe, SMS-Games oder Dating-Kanäle längst kein Zusatzgeschäft mehr darstellen, sondern die Grundlage für neue Sendermodelle bilden. Für die TV-Branche rechnet die Berliner Medienberatung Goldmedia http://www.goldmedia.de mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 13 Prozent durch den Einsatz von Mehrwertdiensten bis zum Jahr 2009.

„Eindeutig positive Wachstumsaussichten“ prognostiziert auch das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste http://www.wik.org nach einem Bericht der Marketing-Börse http://www.marketing-boerse.de so genannten Customer Care- und Vertriebs-Mehrwertdiensten.

Immer mehr Unternehmen setzen auf den intelligenten Einsatz von Telefondiensten. Einträgliche Geschäftmodelle werden in dieser Woche auf dem telemedia Germany Kongress http://www.telemedia-deutschland.de in Berlin sowie der begleitenden Messe World Telemedia vorgestellt. Die Mehrwertdienste gehören zu den profitabelsten Sparten in der Telekommunikation. Auf rund zwei Milliarden Euro wird der Markt für telefonische Auskunft- und Mehrwertdienste geschätzt, weitere ein bis eineinhalb Milliarden könnten durch Angebote speziell für Handybenutzer umgesetzt werden, so das Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste. Immerhin elf Prozent der Mobilfunkkunden geben bereits heute bis zu 15 Euro monatlich für mobile Inhalte aus, wie die Ergebnisse einer Studie des US-Marktforschungsunternehmens Logica CMG http://www.logicacmg.com zeigen. Diese Prognosen korrespondieren mit den Werbemaßnahmen der Diensteanbieter: Denn mit über zweihunderttausend Werbespots pro Jahr sind Telefondienste das am stärksten beworbene Produkt im deutschen Fernsehen.

Und das Telefon bleibt der Kommunikationskanal Nummer eins beim Mitmach-TV. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien http://www.blm.de hat herausgefunden, dass die nationalen TV-Vollprogramme im Jahr 2004 bis zu acht Prozent ihrer Gesamterlöse aus so genannten Call Media-Angeboten wie Teleshopping und Gewinnspielen, Televoting-Angeboten und Klingeltönen erwirtschafteten, bei den Spartenprogrammen habe der Anteil sogar bei bis zu 40 Prozent gelegen.

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Marktkenner sehen in neuen Diensten, die seit Jahresbeginn über 0900er-Rufnummern angeboten werden, außerdem eine weitere Wachstumsstory. Marco Priewe, Geschäftsführer des E-Learning-Anbieters Atlas Interactive http://www.atlasinteractive.com, sieht „neue, innovative Dienste“ mit flexibler Tarifierung. Für den Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voice-award.de, Bernhard Steimel, kommt diese Entwicklung nicht überraschend: „Der wichtigste Wachstums-Impuls wird in nächster Zeit von der Zusammenfassung aller Unternehmensservices unter einer 0900-Nummer als Sprachportal ausgehen. Außerdem sind mit der Neuregelung der Rufnummerngassen für kostenpflichtige Mehrwertdienste eine Reihe von Geschäftsmodellen finanziell unattraktiv geworden. Die Anbieter von Servicerufnummern machen jetzt aus der Not eine Tugend, indem sie Margenverluste aus dem einst lukrativen 0190-Business durch mehr Sprach-Automatisierung kompensieren.“

Geschäfte über einen Sprachcomputer mache überall dort Sinn, wo der Kunde sich schon über andere Medien beraten lassen konnte und eine Produktauswahl getroffen hat. Außerdem werde es vermehrt darum gehen, über Sprachdienste weitergehende, personalisierte Services für Kunden anzubieten, die regelmäßig an Gewinnspielen teilnehmen. „Der Einsatz eines Sprachcomputer etwa bei der Vorqualifizierung von Anrufern wird in diesem Segment den Weg öffnen, bestehendes Geschäft abzusichern und neue Umsatzpotenziale durch neuartige Servicekonzepte zu erschließen“, prognostiziert Steimel und verweist auf das Geschäftsmodell von dtms solutions http://www.dtms-solutions.de „Die Neu-Isenburger verfolgen eine konsequente Strategie, intelligente Netzwerk-Dienste, Self-Service und Call Center-Service aus einer Hand anzubieten.“

Erschienen u.a. bei:

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060424030

http://www.e-commerce-magazin.de/index.php3?page=news-show_neu.php3&naechster=9266

http://www.4.am/Business/Business/Milliardenmarkt_Mehrwertdienste_200604252320.html

http://openpr.de/news/84569.html

http://www.innovations-report.de/html/berichte/kommunikation_medien/bericht-58288.html

http://www.businessportal24.com/de/a/26006

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-59887.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo19874.html

http://www.live-pr.com/milliardenmarkt-mehrwertdienste-r574.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/mehrwertdienste.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=152961

http://www.pr-inside.com/de/milliardenmarkt-mehrwertdienste-intelligente-sprachportale-machen-das-einstige-zusatzgeschaeft-zum-wachstumsgaranten-r3269.htm

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/443ADE4E001DC328C125715B0034B378?OpenDocument

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_04_25_ITSoftware_1.txt

http://www.web4free.at/Artikel.1607

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,26468.html

http://www.net-tribune.de/article/240406-14.php

http://www.webway.at/info/bz/content3.php?dmy=jep&mehr=jep&welche=4&nr=402

http://at-de.i-newswire.com/pr16334.html

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=21635

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Milliardenmarkt+Mehrwertdienste+_260.html

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/531/1145877603.html

http://www.moenchengladbach-bp24.de/de/a/73

http://pressemitteilung.ws/node/view/9024

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=599

http://www.visavis.de/finanzen/modules.php?name=News&file=article&sid=6460

http://de.biz.yahoo.com/24042006/295/milliardenmarkt-mehrwertdienste.html

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h16268_mehrwertdienste_intelligente_sprachportale.html

http://www.eu-marketingportal.com/dm/dmnews.php?id=im2006-04-27-3318

http://www.voipclass.de/index.php?section=news&cmd=details&newsid=653

http://www.nedine.org/newsitem.mc?id=5486

Call Center können Ihren Wert steigern

Verminderung von Problem-Anrufen ist die Zauberformel

Wiesbaden, www.ne-na.de, 09. Mai 2006 – In Call Centern gehen täglich unzählige Anrufe ein. Anrufe, die dazu dienen sollen, den Kunden effizient und umfassend zu beraten, zu informieren. Doch viele Gespräche gehen an den falschen Stellen ein und verursachen in einem durchschnittlichen Call Center mit 100 Agenten jährlich rund 700.000 Euro an unnötigen Kosten. Das ergab die internationale Performance-Studie, die die Unternehmensberatung Compass http://www.compassmc.com/index.htm durchgeführt hat. Grund für die Anrufe, die keinem der Beteiligten einen Mehrwert bringen, sind meist Fragen nach dem Bestellstatus eines Produktes .

Doch die meisten Call Center haben die Lage erkannt. „Auch das gehört zu den Aufgaben eines Call Centers, dass es solche Anrufe frühzeitig identifiziert und durch entsprechende Vorbeugemaßnahmen vermeidet“, so der Call-Center-Experte Günter Greff http://www.greff.de. Gelingt es einem Call Center, solche Anrufe zu minimieren, erhöht dies auch die Zufriedenheit des Kunden und somit den Wert des Unternehmens. Durchschnittlich liege, so die Compass-Analyse, die Anzahl der so genannten Problem-Anrufe bei etwa 25 bis 30 Prozent. Im Einzelfall kommen einige Call Center sogar auf einen Wert von 58 Prozent. Besonders im Internet angebotene Produkte und Dienstleistungen sind der Auslöser für immer mehr überflüssige Anrufe, da auf den Internet-Seiten die Kontakt-Informationen oft unzureichend angegeben oder nur sehr schwer zu finden sind. Das Call Center muss die Verschwendung von Ressourcen beseitigen, indem Problemanrufe frühzeitig identifiziert oder durch Vorbeugemaßnahmen gänzlich vermieden werden. Somit wird automatisch die interne Effizienz verbessert, da die Mitarbeiter sich gezielt um komplexe Probleme kümmern können, für die sie auch geschult oder ausgebildet wurden. Zusätzlich senken solche Prozesse die Kosten für ein Call Center. „Das rentiert sich auch für den Kunden. Er ist schneller und effektiver beraten, ist damit zufriedener und kann auch seine eigenen Kunden besser zufrieden stellen“, so Greff weiter. Ein Unternehmen könne so jährlich 20 bis 25 Prozent der Kosten einsparen.

Doch nicht nur fehlende oder „zu gut versteckte“ Informationen sind Auslöser für die Probleme. Oft nehmen Gespräche auch sehr viel Zeit mehr in Anspruch als vorher einkalkuliert. „Wichtig ist, für entsprechende Beratungs- oder Informationsgespräche einen realistischen Zeitrahmen zu veranschlagen“, sieht Günter Greff einen Weg. Denn die Probleme liegen meist nicht beim Call Center selbst, sondern im Laufe der Prozess-Kette. Deshalb müsse diese genau untersucht werden. „Eine weitere Lösung bietet die Sprachautomatisierung, die die an falscher Stelle eingehenden Anrufe umleiten, verhindern oder annehmen können. So kann der Kunde beispielsweise den Bestellstatus eines Produktes über diesen Weg abrufen. Der Vorteil hierbei: Dadurch, dass Sprachapplikationen diese lästigen Aufgaben von den qualifizierten Mitarbeitern fernhalten, haben diese mehr Zeit für die individuelle Kundenbetreuung“, so das Resümee von Bernhard Steimel, Sprecher der Voice Business Initiative http://www.voiceaward.de gegenüber dem Onlinemagazin NeueNachricht http://www.ne-na.de.

erschienen u.a. bei:

http://www.pr-inside.com/de/call-center-koennen-ihren-wert-steigern-verminderung-von-problem-anrufen-ist-die-zauberformel-r4526.htm

http://www.4.am/Business/Business/Call_Center_koennen_ihren_Wert_steigern_200605092419.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Call-Center-koennen-ihren-Wert-steigern/2038

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=6585

http://openpr.de/news/86159/Call-Center-koennen-ihren-Wert-steigern-Verminderung-von-Problem-Anrufen-ist-die-Zauberformel.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=674

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=21931

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,27008,c,2.html

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/28A49C49DC45D5DAC1257169002EE355?OpenDocument

http://www.web4free.at/Artikel.1642

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Call_Center_k%F6nnen_ihren_Wert_steigern__325.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=153501&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr16515.html

http://www.live-pr.com/call-center-k-nnen-ihren-wert-steigern-r688.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_05_09_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.firmenpresse.de/modules.php?name=PresseInfo&file=index&a_op=editadd&lid=20156

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=26652672

http://pressemitteilung.ws/node/view/9368

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Bürokratie-TÜV kann nur ein Anfang sein

eGovernment birgt Sparpotenzial in Milliardenhöhe

Von Gunnar Sohn

Berlin/Bonn, 15. Mai 2006 - Parteiübergreifend hat sich der Bundestag für einen massiven Abbau von Bürokratie ausgesprochen, um Wirtschaft und Bevölkerung zu entlasten. Die überflüssigen Kosten, die durch bürokratische Hemmnisse entstehen, werden auf bis zu 46 Milliarden Euro geschätzt. Wenn man die Ergebnisse der Niederlande ansetze, seien rechnerisch Einsparungen in Höhe von 20 Milliarden Euro pro Jahr möglich, sagte der parlamentarische Geschäftsführer der Unionsfraktion, Norbert Röttgen. „Das niederländische Modell lässt sich problemlos auf Deutschland übertragen", ist der Chef des niederländischen "Bürokratie-TÜVs" Robin Linschoten gegenüber der Financial Times Deutschland http://www.ftd.de sicher. Er ist einer von drei Vorstandsmitgliedern des Rates zur Vermeidung administrativer Lasten, kurz Actal http://www.actal.nl und prüft neue Gesetze mit Hilfe einer einfachen Rechenmethode auf die Kosten für Verwaltung und Wirtschaft.

Der Abbau von Vorschriften ist allerdings nur eine Seite der Medaille. Um den trägen Staatstanker nämlich flott und flexibel zu machen, bedarf es auch Reformen in den Verwaltungen selbst. Ganz oben auf der Liste der Notwendigkeiten steht dabei die konsequente Nutzung von modernen Informationssystemen. „Immer noch wird eGovernment überwiegend als Elektronifizierung der bestehenden Verwaltung betrachtet, nicht aber als Wachstumstreiber oder Instrument zur Modernisierung von Staat und Gesellschaft“, schreiben die Kommunalpolitischen Blätter http://www.kopo.de. Unter diesem Gesichtspunkt gehörten alle staatlichen Aufgaben auf den Prüfstand. Die Europäische Kommission hat dazu einen Aktionsplan http://europa.eu.int/information_society/activities/egovernment_research/index_en.htm für elektronische Behördendienste vorgelegt, wie die Verwaltung in den 25 Mitgliedstaaten der EU modernisiert werden könnte. Laut Bundeskanzleramt ließen sich bei ausnahmsloser Einführung der elektronischen Rechnungsstellung und der elektronischen Vergabe öffentlicher Aufträge Einsparungen in Höhe von rund 300 Milliarden Euro jährlich erzielen.

Vergleichbare nationale Initiativen haben in einigen Mitgliedsländern bereits zu erheblichen Einsparungen geführt. Durch die elektronische Vergabe öffentlicher Aufträge konnten beispielsweise in Italien im Jahr 2003 3,2 Milliarden Euro eingespart werden. Bei uneingeschränkter EU-weiter Einführung der elektronischen Vergabe öffentlicher Aufträge ließen sich bis zu 80 Milliarden Euro pro Jahr einsparen, heißt es von dort. Auch deutsche Bundesländer haben die Zeichen der Zeit erkannt: So hat sich das finanzschwache Mecklenburg-Vorpommern der Verwaltungsmodernisierung verschreiben: „Die Verwaltungsabläufe werden zunehmend auf elektronischem Wege ausgeführt. Dies bringt eine höhere Effizienz und Bürgerfreundlichkeit, weil Verwaltungsverfahren vereinfacht und beschleunigt werden“, betont Innenminister Gottfried Timm. Schon seit 2003 verfügt Baden-Württemberg über ein „Bürger-Portal mit Mehrwert“ http://www.service-bw.de, das erste gemeinsame Verwaltungsportal von Land und Kommunen. Das Portal erleichtert Bürgern und Unternehmern die Kommunikation mit den Verwaltungen und informiert umfassend zu jeder Art von Behördengang. Redaktionell umgesetzt wird das Angebot von der österreichischen Firma net-value http://www.net-value.at, die auch das bundesweite Verwaltungsportal der Alpenrepublik http://www.help.gv.at verantwortet.

Für viele Unternehmen, Länder und Kommunen stellt sich unter dem Aspekt der Vereinfachung und Einsparung auch die Frage nach der Automatisierung von Auskunftsdiensten und einfachen Dienstleistungen. Der computergesteuerte Telefonservice beim Bürgeramt der Stadt Augsburg http://www2.augsburg.de/index.php?id=1591 beispielsweise bietet verschiedene Dienste wie Auskunft zu den Bürgerbüros, Informationen zu Kfz-Zulassungen, Ausweisen, Meldewesen und Führungszeugnissen, Lohnsteuerkarten sowie die Weiterleitung zu Sachbearbeitern der Verwaltung. Auch Berlin verfügt seit März über ein Telefonauskunftssystem zur Verbesserung des Bürgerservice. Antragsteller von Personalausweisen oder Reisepässen können rund um die Uhr Bearbeitungsstand,

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Abholtermin und Abholort ihrer Dokumente abfragen. Nach Angabe einer persönlichen Referenznummer erhalten sie über ein elektronisches Sprachdialogsystem die gewünschte Auskunft.

Für den Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voice-award.de, Bernhard Steimel, ist diese Entwicklung nur konsequent, und zwar nicht nur unter Kostenaspekten: „Die Diskussion um den Einsatz von Sprachcomputern im telefonischen Kundenservice wird häufig auf das Kostenargument verkürzt. Tatsächlich führt kaum ein Unternehmen ausschließlich diese Services ein, um Geld zu sparen, sondern um einen besseren Service zu bieten.“ Gleiches gelte in geringerem Maß auch für Verwaltungen. Die nämlich könnten durch Verlagerung bestimmter Leistungen auf ein Sprachportal Zeit sparen für komplexere Anliegen, die direkten Kontakt mit dem Bürger erfordern.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Buerokratie-TUeV_kann_nur_ein_Anfang_sein_-_eGovernment_birgt_Sparpotenzial_in_Milliardenhoehe_200605152450.html

http://openpr.de/news/86843/Buerokratie-TUeV-kann-nur-ein-Anfang-sein-eGovernment-birgt-Sparpotenzial-in-Milliardenhoehe.html

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3047,nodeid,64.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=726

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6653

http://www.businessportal24.com/de/a/28580

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/1ED9BA8AB9F78C10C125716F00350308?OpenDocument

http://www.web4free.at/Artikel.1661

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=417

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=153727

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22075

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,27234,c,1.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-05/artikel-6478101.asp

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20299.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_B%FCrokratie-T%DCV+kann+nur+ein+Anfang+sein_351.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_05_15_ITSoftware_1.txt

http://www.pr-inside.com/de/egovernment-birgt-sparpotenzial-in-milliardenhoehe-r5152.htm

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=26631324

http://pressemitteilung.ws/node/view/9556

http://www.politiknews.de/pn_27234.htm

http://www.live-pr.com/egovernment-birgt-sparpotenzial-in-r747.htm

DYS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Sprachcomputer als Stimmungskanone ?

Möglichkeiten und Grenzen der Maschine-Mensch-Kommunikation

Von Gunnar Sohn

Hamburg/Düsseldorf/Bonn, 23. Mai 2006 - Monotone Computerstimmen beherrschen Navigationssysteme und Call Center. Forscher arbeiten nach einem Bericht der Financial Times Deutschland http://www.ftd.de daran, den redenden Rechnern ein paar Emotionen beizubringen.

„Alle sind froh, dass die Fahrt vorbei ist. Nur das Navigationssystem bleibt nüchtern: ‚Sie haben das Ziel erreicht', leiert die Stimme aus dem Computer, als würde sie einen Standardbefehl zum Abbiegen erteilen. Sie erfüllt ihren Zweck, so wie die anderen ewig gleichen Stimmen von automatisierten Call Centern, Durchsagen oder Anrufbeantwortern: unaufgeregt, klar verständlich und meist weiblich", so die FTD.

Wissenschaftlern sei das nicht mehr genug. „Während es in den Anfangsjahren der Sprachsynthese vor allem darum ging, dass Menschen die Worte aus dem Rechner überhaupt verstehen, erforschen die Spezialisten heute, wie die künstliche Sprache menschenähnlicher gemacht werden könnte - durch Rhythmik, Satzmelodie und emotionale Färbung, aber auch durch so genannte paralinguistische Elemente wie Räuspern, und Atem holen", berichtet die FTD.

Der Mensch soll sich im Gespräch mit den Maschinen wohler fühlen und zum Beispiel Hinweise aus dem Automaten ernster nehmen oder weniger Hemmung spüren, wenn ihm eine Computerstimme etwas verkauft. „Um die entsprechenden Regeln und Modelle zu entwickeln, arbeiten Sprachwissenschaftler interdisziplinär mit Technikern und Neurobiologen zusammen. Ihr Spezialgebiet heißt ‚Prosodie', ein Teilgebiet der Linguistik, das sich mit sprachlichen Eigenschaften wie Intonation, Akzent, Lautdauer und Sprechpausen befasst", schreibt die FTD. Stand der Technik sei derzeit die so genannte konkatenative Sprachsynthese: „Ein Profisprecher liefert die Ausgangsstimme, Wörter und Satzteile werden aufgezeichnet. Die Synthese-Software wählt dann die Bausteine nach Bedarf aus und spielt sie nacheinander ab", führt die FTD weiter aus.

Die Entwicklung von synthetischen Stimmen, die frei in menschenähnlicher Anmutung Sprachausgaben liefern, wird nach Ansicht von Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de, den Markt für Sprachautomatisierung weiter vorantreiben. „Derzeit sind noch aufwendige Aufnahmen in Tonstudios notwendig um in ansprechender Qualität einen Dialog zu führen. Soll der Sprachautomat zukünftiger noch flexiblerer auf das Anliegen der Anrufer reagieren können, dann nützen auch die schablonenhaft aufgenommen Texte nichts mehr. Insofern liegen in diesem Bereich Innovations- und Kostensenkungspotenziale gleichermaßen", sagt der Düsseldorfer Unternehmensberater Steimel im Gespräch mit pressetext.

Unbeholfenheit in künstlich erzeugten Sätzen nehmen Menschen inzwischen in Kauf - und sei es notgedrungen, weil man die Information über eine Zugverbindung eben nur vom Computer erhält. „Dass Sprachcomputer zukünftig die Emotionen des Anrufers anhand der Stimme erkennen können, ist aber eine interessante Perspektive, sofern dann auch adäquate Gesprächsstrategien eingeschlagen werden, die die Stimmung erfolgreich beeinflussen", weiß Steimel. Ein Ergebnis aus psychologischen Tests zur Akzeptanz von Sprachcomputern bleibe sicherlich auch in Zukunft eine Konstante: „Die Maschine hat nur eine Chance, wenn Sie sich als solche auch dem Anrufer klar zu erkennen gibt. Pseudo-realistische Sprachanwendungen dürfen mit keinem Mit-Gefühl rechnen", so das Fazit von Steimel.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Computer/Computer/Sprachcomputer_als_Stimmungskanone?_Moeglichkeiten_und_Grenzen_der_Maschine-Mensch-Kommunikation_200605232517.html

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Sprachcomputer-als-Stimmungskanone/2151

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060523012

http://openpr.de/news/87826/Sprachcomputer-als-Stimmungskanone-Moeglichkeiten-und-Grenzen-der-Maschine-Mensch-Kommunikation.html

http://pronline.at/Sprachcomputer_als_Stimmungskanone%3F_M%F6glichkeiten_und_Grenzen_der_Maschine-Mensch-Kommunikation.html

http://www.businessportal24.com/de/a/30577

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6735

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=778

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=495

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=154072

http://www.tarifecheck.at/index.php?rubrik=voip&p=news&go=de&land=at&news=Sprachcomputer_als_Stimmungskanone_2569

http://www.pr-inside.com/de/sprachcomputer-als-stimmungskanone-m-glichkeiten-und-grenzen-der-maschine-mensch-kommunikation-r5853.htm

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-05/artikel-6468787.asp

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/315/1148371202.html

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/D69D5FD9E473F33BC1257177002D825F?OpenDocument

http://www.web4free.at/Artikel.1687

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20463.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060523012

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Sprachcomputer+als+Stimmungskanone%3F_389.htmlhttp://pressemitteilung.ws/node/view/9784

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060523012

http://www.live-pr.com/sprachcomputer-als-stimmungskanone-m-glichkeiten-r818.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr16705.html

http://www.telekom-presse.at/channel_electronics/news_23669.html

http://www.innovations-report.de/html/berichte/informationstechnologie/bericht-60163.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=26654982

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,27585.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_05_24_InternetMedienKommunikation_1.txt

„Googlizing Voice“ und die Kunst der Übertreibung im Marketing

Mobiles Internet und sprachgesteuerte Suchtechnologie neue Hype-Themen

Düsseldorf/Bonn, 23. Mai 2006 - Bei der Einführung neuer Produkte und Technologien sollte man nach Ansicht von Microsoft-Manager Harald Leitmüller die positive Funktion der Übertreibung nicht unterschätzen: „Wir nutzen den Hype als Kommunikationsmuster, teilen damit unsere Begeisterung mit und bilden uns dadurch ein Urteil. Der Effekt der Übertreibung dient dazu, Aufmerksamkeit zu erlangen“, erklärt Leitmüller. Die Veröffentlichung von Trends und Prognosen sei zwar mit einem gewissen Risiko verbunden, dennoch müssten die strategischen Ziele und Visionen kommuniziert werden. „Modernes Marketing kennt diese Mechanismen und bedient sich dieser auch – bewusst oder unbewusst“, so Leitmüller.

Hypes sind auch nach Meinung von Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceday.de wichtig, um neue Themen bei Multiplikatoren zu positionieren: „Es ist die Saat, die unter das Volk gebracht werden muss und die nicht sofort aufgeht, sondern eine zeitlang untertaucht oder in Vergessenheit gerät bis die ersten Keime sprießen. Häufig wird der Zeitraum unterschätzt bis eine solche Frucht auch geerntet werden kann. Der Einsatz von Sprachcomputern im telefonischen Service ist ein typisches Beispiel hierfür. Nach dem Hype Anfang 2000 hat sich der Markt weiterentwickelt. Die Saat ist erst zwei bis drei Jahre später aufgegangen“, weiß Steimel. Zur Zeit steige die Adoptionsrate kontinuierlich: „Jedes dritte Call Center plant den Einsatz von telefonischen Self Services. Die Akzeptanz dieser Technologie steigt mit der Nutzung. Wir schätzen, dass jeder zweite Bundesbürger bereits mindestens einmal mit einem Sprachcomputer kommuniziert hat“, sagt Steimel.

Und der nächste Hype stehe schon vor der Tür. „Das Zauberwort heißt Multimodalität: Getrieben von der wachsenden Bedeutung des mobilen Internets wird die Sprachautomatisierung für unterschiedliche Einsatzzwecke mit anderen Medien zusammengeführt. Spracherkennung und Sprachausgabe, ob netzbasiert oder im Endgerät eingebaut als Bedienfunktion, soll mit graphischen Benutzerschnittstellen sinnvoll zusammenwirken. Dafür müssen technologische Kompetenzen aus unterschiedlichen Fachgebieten der Sprachtechnologie zusammengeführt werden, wie das Erkennen großer Wortschätze beim Diktieren, das sinnvolle Interpretieren von Antworten auf offene Fragen und das Suchen in einem semantischen Kontext. Erst wenn das gelingt, kann die Vision Wirklichkeit werden und auch komplexe Such-Services wie Google ihre Macht im ‚Voice Web’ entfalten“, prognostiziert Steimel.

Deshalb tauge „Googlizing Voice“ als Schlagwort für den nächsten Hype im Geschäft mit Sprachapplikationen. Das kürzlich veröffentlichte und Google zugesprochene US-Patent 7027989 sei nach Einschätzung des Düsseldorfer Branchenexperten Steimel ein weiteres Indiz dafür, dass Google selbst nicht untätig sei und an einer sprachgesteuerten Suchtechnologie arbeitet.

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

erschienen u.a. bei:

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

http://www.4.am/Business/Business/%84Googlizing_Voice%93_und_die_Kunst_der_Uebertreibung_im_Marketing_200605242524.html

http://openpr.de/news/87984/Googlizing-Voice-und-die-Kunst-der-Uebertreibung-im-Marketing-Mobiles-Internet-und-sprachgesteuerte-Suchtechnologie-neue-Hype-Themen.html

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/internet/googlizing.html

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h16912_googlizing_voice_und_die_kunst_der.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20489.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6749

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3034,nodeid,69.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/9814

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=789

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22312

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=503

http://businessportal24.com/de/a/30850

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-63256.html

http://werbeagentur.de/p/service/pressemitteilungen?id=154108&cmd=Anzeigen

http://www.pronline.at/%84Googlizing_Voice%93_und_die_Kunst_der_%DCbertreibung_im_Marketing_-_Mobiles_Internet_und_sprachgest.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-05/artikel-6487944.asp

http://www.web4free.at/Artikel.1691

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_%84Googlizing+Voice%93+und+die+Kunst+der+%DCbertreibung+im+Marketing+_395.html

http://at-de.i-newswire.com/pr16716.html

http://www.pr-inside.com/de/googlizing-voice-und-die-kunst-der-uebertreibung-im-marketing-r5982.htm

http://www.live-pr.com/googlizing-voice-und-die-kunst-der-r830.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_05_24_InternetMedienKommunikation_4.txt

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,27622.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=26778084

http://www.frutilla.de/news/news.php?prno=1148458516

http://www.news-select.de/content/view/3059/28/

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Fussball-WM als Katalysator für Sprachautomatisierung

Weckdienst, Spielberichte und prominente Kommentatoren

Von Gunnar Sohn

Bonn, 29. Mai 2006 - Fans von Kevin Kuranyi können aufatmen: Niemand muss ihn während der Weltmeisterschaft vermissen. Er wird dabei sein, und zwar nicht nur in der Nutella-Werbung. Der Schalke-Stürmer gibt dem Weckdienst der sprachgesteuerten Auskunft 11 8 64 der T-Com http://www.t-com.de seine Stimme. „Genug gepennt! Raus aus den Federn!" ruft er in seiner portugiesischen Muttersprache und auf deutsch. Fußballfans, deren erster Gedanke am Morgen schon dem runden Leder gehört, können sich von der Stimme ihres Lieblings-Fußballers aus dem Schlaf locken lassen. Alternativ wecken auch Gerald Asamoah, Philipp Lahm, Roy Makaay oder Owen Hargreaves.

Die T-Com hatte die sprachgesteuerte Auskunft 11 8 64 bereits zur diesjährigen Cebit http://www.cebit.de vorgestellt. Neben einer klassischen, jedoch sprachgesteuerten Telefonauskunft, gibt es pünktlich zur Weltmeisterschaft unter der gleichen Nummer nicht nur den Weckservice, sondern auch Informationen rund um die WM – Zwischen- und Endergebnisse, Mannschaftsaufstellungen, Spielberichte oder Statistiken: Als prominenter Kommentator begleitet Ex-Nationalspieler Thomas Helmer das Geschehen in und um die Stadien in seiner Expertenkolumne „Anstoß - Helmers Fifa WM-Tagebuch". Ein Anruf aus dem Festnetz der T-Com kostet 79 Cent. Bei der 11 8 64 handele es sich zwar noch um einen Feldversuch, sagt Rüdiger Gräve, Pressesprecher der T-Com. Aber auch nach der WM wartet beispielsweise der Weckdienst mit weiteren interessanten Promi-Stimmen auf.

„In vielen Bereichen ist die automatisierte Selbstbedienung im Sprachportal nicht mehr wegzudenken“, so Fachredakteur Christoph Pause von der Zeitschrift Teletalk http://www.teletalk.de. Sie ermögliche es vielen Unternehmen, Kunden rund um die Uhr zu beraten und diene daher bereits als Instrument der Kundenbindung. Die Wirtschaftswoche http://www.wiwo.de schätzt den weltweiten Umsatz mit Sprachportalen für das Jahr 2007 auf mehr als vier Milliarden US-Dollar. Schon heute setzt über ein Drittel aller Banken und Versicherungen diese Technik ein. Beim Handel sind es nur 20 Prozent. Potenzial. Vorreiter sind die Telefongesellschaften: „Der Einstieg in die Sprachwelt erfolgt bei den meisten Telefongesellschaften über Service-Portale. T-Mobile oder 02 wickeln über Sprachdialogsysteme in Spitzenzeiten bis zu 100.000 Anrufe pro Tag ab“, sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de. Die naheliegenden Anwendungen seien Auskunftsdienste, die den Operator ersetzen. „Der Wettbewerb wächst und die ersten Anbieter stellen die Weichen auf Preiskampf mit Hilfe von automatisierten Lösungen. Im vergangenen Jahr ist Telix als erster mit einer vollautomatisierten Auskunft ins Rennen gegangen und unterbietet die etablierten Auskunftsdienstleister um mehr als die Hälfte“, weiß Unternehmensberater Steimel. Telix http://www.telix.de bietet die Telefonauskunft unter 11 8 10 für 49 Cent in der Minute. Insofern sei es nicht verwunderlich, dass sich auch die Telekom für den Preiskampf gewappnet habe und seit ein paar Monaten mit dem sprachgesteuerten Service unter 11 8 64 arbeite. Dabei sei allerdings der Auskunftsservice nur das Tor zu höherwertigen Diensten wie den Informations- und oder Serviceportalen zur WM. Weitere kostenpflichtige Dienste wie Preisrecherchen oder Musikdownloads erwartet Steimel in absehbarer Zukunft. Die Angebote rund um die Fußball-WM könnten die Voice-Services nun zusätzlich pushen.

Nicht erst zur Weltmeisterschaft entdeckt die Fußballvermarktung die Sprachautomatisierung. So nutzte der der 1. FC Köln ein interaktives sprachgesteuertes Gewinnspiel mit der Stimme seines Noch-Starstürmers Lukas Podolski - ein Angebot, das außer den FC-Fans auch die Jury des Branchenwettbewerbs Voice Award 2005 überzeugte, die dem System einen Sonderpreis verlieh. Auch das Sprachportal des Deutschen Fußball Bundes http://www.dfb.de war unter den Nominierten für den Voice Award, und zwar mit einem Portal zur Erfassung von Ergebnissen der Amateurligen, die dann an die Presse weitergeleitet werden. Borussia Dortmund schließlich hat bereits vor Jahren

seinen telefonischen Ticketverkauf automatisiert, andere Vereine haben sich mittlerweile angeschlossen oder denken über eine vergleichbare Lösung nach.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Fu%DFball-WM_als_Katalysator_fuer_Sprachautomatisierung_200605292552.html

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060529018

http://openpr.de/news/88338/Fussball-WM-als-Katalysator-fuer-Sprachautomatisierung-Weckdienst-Spielberichte-und-prominente-Kommentatoren.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6769

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=806

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/4CAA5D7DC7B585D4C125717D00314CD8?OpenDocument

http://www.web4free.at/Artikel.1699

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20568.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Fu%DFball-WM+als+Katalysator+f%FCr+Sprachautomatisierung+_405.html

http://www.pte.at/pte.mc?pte=060529018

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-05/artikel-6492954.asp

http://www.businessportal24.com/de/a/31532

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/4/1148896802.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-532.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060529018

http://pressemitteilung.ws/node/view/9908

http://www.live-pr.com/weckdienst-spielberichte-und-prominente-kommentatoren-r855.htm

http://www.pr-inside.com/de/weckdienst-spielberichte-und-prominente-kommentatoren-r6450.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr16755.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=154260&cmd=Anzeigen

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22378

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=26852076

http://www.testticker.de/news/netzwerke/news20060530003.aspx

Semantic Web startklar für massenhafte Verbreitung

Sprachgesteuerter Zugang zum Internet entwickelt sich zur Schlüsseltechnologie

Von Gunnar Sohn

Edinburgh/Düsseldorf, 06. Juni 2006 - Das Semantic Web habe nach Auffassung von Tim Berners-Lee alle Standards und Techniken, die es für eine massenhafte Verbreitung braucht. Das sagte der WWW-Begründer auf der 'World Wide Web Conference 2006' http://www2006.org Ende Mai in Edinburgh.

Auch das Konzept des Semantic Web geht auf Berners-Lee zurück. Semantic Web-Lösungen dienen dazu, Daten mit mehr Informationen anzureichern und damit leichter nutzbar zu machen. Das geschieht mit Hilfe von sogenannten Metadaten die einem Objekt zugewiesen werden, um sie damit 'bedeutsamer' zu machen. Die Entwicklung des Semantic Web sei jetzt soweit, dass die Programmierer und die Content Provider semantische Sprachen zusätzlich zu HTML nutzen könnten, sagte Berners-Lee. In den vergangenen fünf Jahren seien dafür alle Grundlagen geschaffen wurden. "Wir haben jetzt ein Resource Description Framework (RDF), wir haben Ontologien und wir haben Abfrage- und Befehlssprachen", betonte Berners-Lee. Als letzten Schritt habe man das Protokoll SPARQL fertiggestellt. Diese Abfragesprache befinde sich nun in der Candidate Recommendation Phase. "Das heißt, es ist Zeit SPARQL zu implementieren", führte Berners-Lee aus.

Der nächste Schritt sei jedoch der größte. Dabei gehe es darum, das alte Web mit dem neuen semantischen Web zu verbinden. Dabei könne SPARQL helfen. Ein SPARQL-Server ermögliche es, große Mengen herkömmlicher Daten für das Semantic Web aufzubereiten. Für den Internet-Experten Bernhard Steimel zeige nicht nur das kürzlich veröffentlichte und Google zugesprochene US-Patent 7027989 zeigt, dass auch die Suchprofis an einer sprachgesteuerten Suchtechnologie arbeiten. "Je weiter die Technologie für Informationszugang und Informationsabrufsteuerung vorangetrieben wird, desto mehr Synergieeffekte werden eintreten - der Informationszugang der Zukunft wird absehbar mobil, multimedial, multimodal und multilingual sein, einer der gewaltigsten Meilensteine in der menschlichen Informationsnutzung überhaupt wird absehbar", so Steimel, Sprecher der Brancheninitiave Voice Business http://www.voicedays.de, im Gespräch mit pressetext.

Der sprachgesteuerter Zugang zu Informationen sei der Schlüssel zur Zukunft des Internets, der eine Vielzahl an Anwendungen schaffen wird: Für Contact Center ebenso wie für die Gemeinde der „Wissensarbeiter“ und natürlich für Endverbraucher, die sich auch ohne Computer ungehinderten Zugang zu den Informationen des Internets wünschen, werde es eine Fülle von Anwendungen geben, die semantischer Natur sind. "Natural Language Understanding wird dadurch zu einer Schlüsseltechnologie für das semantische Web – ebenso wie Text to Speech. Denn wenn Texte in menschlicher Qualität 'vorgelesen' werden sollen, muss die Maschine Verständnis der zu lesenden Texte und ihrer Struktur ebenso wie ihrer Bedeutung haben", so das Fazit des Düsseldorfer Unternehmensberaters Steimel.

erschienen u.a. bei:

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-06/artikel-6527938.asp

http://openpr.de/news/89209/Semantic-Web-startklar-fuer-massenhafte-Verbreitung-Sprachgesteuerter-Zugang-zum-Internet-entwickelt-sich-zur-Schluesseltechnologie.html

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3056,nodeid,69.html

http://www.businessportal24.com/de/a/33388

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=845

http://www.firmenpresse.de/print-pressinfo20719.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/10108

http://www.web4free.at/Beitrag.Drucken.1715

http://www.pr-inside.com/de/print7216.htm

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22540

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Semantic+Web+startklar+f%FCr+massenhafte+Verbreitung+_429.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=154499&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr16837.html

http://www.live-pr.com/sprachgesteuerter-zugang-zum-internet-entwickelt-r905.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_06_06_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=27295005

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6817&query=steimel&a=1

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,28156.html

Verständnisvolle Automaten

Virtueller Kundenkommunikator als Helfer beim Ticketverkauf oder bei der Reisebuchung

Von Gunnar Sohn

Darmstadt/Düsseldorf, 08. Juni 2006 - Fahrkartenmaschinen, die das Ticket nicht herausrücken, Geldautomaten, die gerade außer Betrieb sind, Kassenapparate, die die Annahme von Scheckkarten verweigern – der Kontakt zwischen Mensch und Maschine entpuppt sich oft als Ärgernis. Doch die bockigen Automaten könnte man schon bald durch virtuelle Menschen ersetzen, die auf die Wünsche der Kunden eingehen. Das berichtet die Zeitschrift Wirtschaftsbild http://www.wirtschaftsbild.de in ihrer aktuellen Ausgabe. Ein solcher Roboter blicke den Reisenden auf einem Bildschirm freundlich an. In umgangssprachlichen Ton schildert der Kunde seinen Fahrkartenwunsch – ganz so, als würde er von einem Bahnbeamten bedient.

Der virtuelle Verkäufer gehe sogar geduldig auf Fragen ein und übermittelt die gewünschten Informationen. Forscher der Fraunhofer-Institute für Graphische Datenverarbeitung (IGD) und Medienkommunikation IMK http://www.igd.fhg.de arbeiten mit Hochdruck an intelligenten virtuellen Wesen: „Die Idee hinter dem virtuellen Charakter ist, die Mensch-Computer-Schnittstelle möglichst natürlich zu gestalten“, erklärt Christian Knöpfle, verantwortlich für virtuelle Realität am IGD. Die Ansprüche an den virtuellen Kundenkommunikator sind enorm: Er muss sozial interagieren, über Sprache, Gestik und Mimik kommunizieren, ein menschliches, sympathisches Aussehen haben und seine Dialoge müssen glaubwürdig sein. „Anders als virtuelle Schauspieler, die in Filmproduktionen eingesetzt werden, soll der virtuelle Mensch in Echtzeit reagieren – unmittelbar und ohne eine lenkende menschliche Hand. Hierzu entwickeln die Forscher verschiedene Module wie Dialogerzeugung, Sprachverstehen sowie Grafikausgabe und verbinden sie über einen webbasierten Ansatz miteinander“, schreibt die Wirtschaftsbild.

Der Spracherkennungsexperte Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de, wertet das Forschungsprojekt als wichtigen Schritt, Maschinen mit mehr Intelligenz auszustatten und kundenfreundlicher auszurichten. „Wenn Computersysteme sich zu logischen Schlussfolgerungsautomaten entwickeln, gibt es eine enorme Anwendungsbandspalette für Unternehmen. Allerdings müssen die Entwickler enorme Aufgaben beachten: Die verbale und nonverbale menschliche Kommunikation ist sehr komplex. Die Sprache gleicht dem Spiel Scharade. In normalen Gesprächen vermitteln wir relativ wenig Informationen und der Zuhörer versteht trotzdem den Zusammenhang. So können wir uns glücklich oder verlegen artikulieren – hier wirkt sich auch die Körpersprache oder die Tonlage aus. Man benötigt also assoziative und lernfähige Speichermodelle“, so Steimel im Gespräch mit pressetext.

Die IGD-Forscher sehen vielfältige Einsatzgebiete für den virtuellen Menschen: so könne er etwa als Tutor Studenten bei E-Learning-Kursen unterstützen, ihre Fragen beantworten und Hilfestellung bei Problemen geben – und so das lernen am und mit dem Computer attraktiver gestalten. Auch bei Themen, die das Training von Sozialverhalten beinhalten, bieten sich menschenähnliche Charaktere an: So könnte das Personal der Deutschen Bahn mit Hilfe eines virtuellen Beraters üben, mit schwierigen Kunden umzugehen. „Der virtuelle Mensch kann etwa einen störrischen Reisenden spielen, auf den der reale Verkäufer reagieren muss“, erläutert Knöpfle. Der Verkäufer könnte sich auch verschiedene Reaktionen zweier virtueller Menschen – etwa Verkäufer und Kunde – anschauen, um aus ihrem Verhalten zu lernen.

erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/89527/Verstaendnisvolle-Automaten-Virtueller-Kundenkommunikator-als-Helfer-beim-Ticketverkauf-oder-bei-der-Reisebuchung.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Verstaendnisvolle-Automaten/2272

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6834

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=857

http://werbeagentur.de/p/service/pressemitteilungen?id=154574&cmd=Anzeigen

http://www.web4free.at/Artikel.1720

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Verst%E4ndnisvolle+Automaten+_435.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-06/artikel-6541228.asp

http://www.live-pr.com/virtueller-kundenkommunikator-als-helfer-r930.htm

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22614

http://www.pr-inside.com/de/print7550.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_06_08_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=27456996

http://at-de.i-newswire.com/pr16872.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/10188

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20771.html

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Virtueller_Kundenkommunikator_als_Helfer_beim_Ticketverkauf_oder_bei_der_Reisebuchung_200606082596.html

http://85-10-209-83.clients.your-server.de/de/a/33922

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-593.html

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060608021

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/888/1149760803.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060608021

http://www.w24-365.de/news+article.storyid+5924.htm

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060608021

http://www.computerwelt.at/detailArticle.asp?a=104462&n=3

http://www.suedkurier.de/nachrichten/click/art4250,2067949.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,28262.html

Fußball-WM als Versuchslabor für neue Technologien

Portale, semantisches Web und Spracherkennungssysteme liefern Infos für Fans, Sportler und Organisatoren

Von Gunnar Sohn

Stuttgart/Bonn, 14. Juni 2006 - Die Fußball-WM in Deutschland weckt nicht nur patriotische Gefühle und kurbelt den Fanartikelverkauf an, sie wird auch als Versuchslabor für neue Technologien gentutz: „Ansatzpunkt: der Informationsbedarf. So wird die WM zum Testfeld für Portale, semantisches Web und Spracherkennung“, berichtet die Computer Zeitung http://www.netigator.de. Das DFB-Team sei 2003 zuletzt Fußballweltmeister gewesen, behauptet das Smartweb des Deutschen Zentrums für künstliche Intelligenz (DFKI) http://www.dfki.de in Saarbrücken. Ein Zwischenruf löst die Ratlosigkeit vor dem Demonstrator auf: „Das war das WM-Team der Frauen.“

Das besserwissende mobile System des Smartweb-Projekts http://www.smartweb-project.org wird von Experten als Vorzeigetechnik eingestuft. „Das System öffnet durch einen multimodalen Dialog einen intuitiven Zugang zum semantischen Web“, erklärt DFKI-Chef Professor Wolfgang Wahlster, der als Schirmherr der Bonner Voice Days http://www.voicedays.de die Entwicklung der Spracherkennungstechnik vorantreibt. „Es versteht 50 Fragetypen in natürlicher Sprache und liefert statt der beim googeln gewohnten Trefferlisten eine eindeutige Antwort oder ein Antwort-Ranking – und dazu noch Videos, Bilder und andere Medien“, so Wahlster gegenüber der Computer Zeitung. Die Multimodalität verleihe dem System weitere Raffinessen, berichtet Elmar Nöth vom ebenfalls beteiligten Lehrstuhl für Mustererkennung an der Uni Erlangen-Nürnberg: „Der Benutzer muss keine lästige Push-to-Talk-Taste drücken – das Gerät erkennt, ob es angesprochen ist.“ Im Kamerabild des drahtlosen Endgeräts MDA-Pro werde nach dem Gesicht gesucht, das auf das Display schaut. „Im Sprachsignal werden Lautstärke, Wortdauer und Variation der Grundfrequenz analysiert und so On-Talk versus Off-Talk klassifiziert.“ Laut DFKI-Geschäftsführer Wahlster arbeite Smartweb mit vorgegebene Ontologien und starte über offene Domänen freie Anfragen: „Es lassen sich über Webservices auch aktuelle Dienste integrieren – wer nach dem Wetter in Berlin fragt, kann eine Webcam eingespielt bekommen.“

Der sprachgesteuerte Zugang zu Informationen sei der Schlüssel zur Zukunft des Internets, der eine Vielzahl an Anwendungen schaffen werde, so die Einschätzung von Bernhard Steimel, Sprecher der Voice Business Initiative: „Für Contact Center, für Wissensarbeiter und natürlich für die Endverbraucher, die sich einen ungehinderten Zugang zu den Informationen des Internets wünschen, wird es eine Fülle von Anwendungen geben, die semantischer Natur sind - auch ohne über die entsprechende Infrastruktur aus Computer und Webzugang zu verfügen. Das von der Sprachtechnologie-Branche vorangetriebene ‚Natural Language Understanding’, die freie Interaktion mit dem Sprachcomputer, wird dadurch zu einer Schlüsseltechnologie für das semantische Web – ebenso wie ‚Text to Speech’, die gesprochene Ausgabe von Text durch eine Maschine: Wenn Texte in menschlicher Qualität ‚vorgelesen’ werden sollen, muss die Maschine eine Art Verständnis der zu lesenden Texte und ihrer Struktur ebenso wie ihrer Bedeutung haben“, erklärt Steimel gegenüber pressetext.

Den heutigen Stand der Technik dokumentiere das Portal Servingo, das als Serviceplattform für Infotainment und Logistik vom Wirtschaftsministerium gefördert werde, so die Computer Zeitung. Projektkoordinator ist das Zentrum für Graphische Datenverarbeitung (ZGDV) in Darmstadt, beteiligt sind unter anderem Fraunhofer-Institute, T-Systems, CAS und Inforoad. Servingo erklärt auf PC, Handy und Smartphone die Spielorte der WM in Deutschland, hilft bei der Hotelbuchung, der Tankstellensuche und der Orientierung im öffentlichen Nahverkehr – und natürlich sind aktuelle Fußballereignisse abrufbar. Laut ZGDV-Mitarbeiter Dirk Balfanz muss der Anwender sein persönliches Profil abliefern, woraus ein Tagesplan gezimmert wird: „Das System erinnert dann an die Termine.“

Präzise Infos zum Fußballspiel liefert der digitale Sportbegleiter des Fraunhofer-Instituts für Software- und Systemtechnik: Personalisiert erfährt Fan, Sportler oder Sicherheitskraft was sich vor, während

und nach dem Spiel ereignet. Die Smartweb-Technologie übt bei der WM für die Olympischen Spiele 2008 in Peking. Laut Wahlster hilft der Digitalbegleiter Compass 2008 auf MDA-Basis nicht nur bei der Infobeschaffung und Navigation: „Ob beim Essen oder im Taxi – das System übersetzt Eingaben ins Chinesische und spricht sie aus. Dabei fragt das System anfangs Wünsche ab und liefert auf dieser Basis die erforderlichen Informationen. Es checkt Fahrpläne, aktuelle Verkehrsdurchsagen sowie Störungsmeldungen und errechnet daraus eine Anfahrtsempfehlung."

Die neue Generation der Spracherkennungssysteme ist nach Ansicht von Jens Klemann, Geschäftsführer der Bad Homburger Unternehmensberatung Strateco http://www.strateco.de und Mitinitiator der Voice Days, nicht nur für die Informationsabfrage geeignet: „Es eröffnen sich auch neue Geschäftsmodelle. Wie die Ergebnisse des Voice Contest 2005 gezeigt haben, entsteht durch ein Voice-Interface ein neuer Zugangskanal, um beispielsweise aus dem Stadion Sportwetten zu platzieren. In Kombination mit biometrischer Verifizierung über den ‚Voice Print' des Anrufers werden so auch sichere mobile Transaktionen möglich", so Klemann im Gespräch mit pressetext.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Fu%DFball-WM_als_Versuchslabor_fuer_neue_Technologien_200606142630.html

http://www.businessportal24.com/de/a/35261

http://www.technik-box.de/kommunikation/507327536

http://openpr.de/news/90172/Fussball-WM-als-Versuchslabor-fuer-neue-Technologien-Portale-semantisches-Web-und-Spracherkennungssysteme-liefern-Infos-fuer-Fans-Sportler-und-Organisatoren.html

http://www.net-tribune.de/article/180606-08.php

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6869

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=893

http://www.firmenpresse.de/pressinfo20912.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=154779&cmd=Anzeigen

http://pressemitteilung.ws/node/view/10352

http://at-de.i-newswire.com/pr16942.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_06_14_ITSoftware_1.txt

http://www.live-pr.com/portale-semantisches-web-und-spracherkennungssysteme-liefern-r988.htm

http://www.pr-inside.com/de/portale-semantisches-web-und-spracherkennungssysteme-liefern-infos-fuer-fans-sportler-und-organisatoren-r8130.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Fu%DFball-WM_als_Versuchslabor_f%FCr_neue_Technologien__457.html

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22728

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,28517.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=27785488

Call Center Ranking 2006: Kampfansage an Telefonfabriken

Große Dienstleister setzen auf Beratungskompetenz und Internationalisierung

Von Gunnar Sohn

Wiesbaden, 20. Juni 2006 - Zum neunten Mal haben sich die Top 30 der Call Center-Dienstleister beim Ranking der Fachzeitschrift „Call Center Profi“ http://www.callcenterprofi.de gemessen: Unternehmen der vorderen Ränge haben 2005 deutlich an Umsatz zugelegt. Das Tempo in der Branche steigt stetig mit der breiteren Palette an Outsourcing-Leistungen, bestätigt Gabriele Grossecker, Geschäftsführerin des international operierenden Call Center-Unternehmens Sitel http://www.sitel.de: „Da Unternehmen immer weniger Zeit für die Realisierung von Erfolgen haben, müsse man auch neue Anforderungen schneller und flexibler” auf Seiten der Dienstleister umsetzen. Damit sei ein hohes Tempo eine der Triebfedern für das Outsourcing. Immer schneller haben Call Center-Dienstleister hier in 2005 auch durch den Zukauf von Unternehmens-, Markt- und Management-Wissen eine kritische Größe erreicht, damit das Geschäft sich rechnet. „Das Thema Discount-Leistungen zu Dumpingpreisen ist in der Call Center-Branche eigentlich kein Thema – und doch weiterhin in aller Munde, aber umso mehr verpönt“, schreibt Call Center Profi in der aktuellen Ausgabe.

Dem Discountterror von „Anruffabriken“ sagen die großen, etablierten Dienstleister deshalb den Kampf an: „Einheitliche Qualitätsstandards als Aushängeschild der Branche waren eines der Hauptthemen im abgelaufenen Jahr. Umso wichtiger werden umfassende Consulting- und Prozessmanagement-Services im Vorfeld zum Kerngeschäft: der Beratungsbedarf für Kunden in Service- und standortbezogenen Lösungen auf Kundenseite steigt, was ein gutes Omen für Call Center-Dienstleister in 2006 ist und Chancen für Mehrumsätze in neuen Branchen bietet“, analysiert Call Center Profi. Ein Trend, der den Dienstleistern zugute komme, sei das Wachstum über multimediale Kanäle, meint auch Achim Plate, Vorstandsvorsitzender der D+S Europe AG http://www.dseurope.ag: „Der Markt erlebt einen gravierenden Umbruch. Die Kunden kaufen anders. Immer mehr Geschäft wird über mediale Kontakte anstelle des klassischen Point-of-Sales abgewickelt.“

Das erweiterte Leistungsspektrum der Branchenriesen verdeutliche, wo die Optimierungspotenziale für die nächsten Monate liegen und die Marktanteile zukünftig am besten ausgebaut werden können. Fazit: Im Jahr 2005 zog der Wettbewerbsmotor noch einmal kräftig an, weil Call Center-Dienstleistungen komplexer, differenzierter und die Kundenanforderungen immer anspruchsvoller werden. Das Credo für die Branche, auch nach Meinung der Ranking-Teilnehmer heiße, möglichst viele Leistungen im Verbund und im Komplettpaket mit klassischen Call Center-Services inklusive dem Qualitätsmanagement zu bieten. Für Auftraggeber habe das den Vorteil reduzierter betrieblicher Fixkosten bei maximalem Nutzen. Die Folge: Der Markt konsolidiert sich weiter, wo diese Strategie nicht gelebt werde.

„Interessant wird es zu beobachten sein, wie die Branche mit drei Kernherausforderungen umgehen wird: Konsolidierung innerhalb der Branche, Internationalisierung und Wachstum. Die Struktur der Branche wird zu weiteren Beteiligungen und Aufkäufen führen – national und international. Das Beispiel von Walter TeleMedien ist sicherlich erst der Anfang. Die Internationalisierung stellt die Branche auch vor die Herausforderung, wie sie ihre international aufgestellten Kunden mit internationalen Konzepten bedienen kann. Da sich die Wettbewerber in England, Frankreich und Italien ähnliche Fragen stellen müssen, werden auch von dieser Seite in den nächsten Jahren wichtige Wettbewerbsimpulse zu erwarten sein“, so die Prognose von Michael Sander, Geschäftsführer des Lindauer Beratungshauses TCP Terra Consulting Partners GmbH http://www.terraconsult.de.

Wachstum gelinge auch nach Einschätzung von Strateco-Geschäftsführer Jens Klemann in erster Linie durch Übernahmen, Verdrängung und durch eine verstärkte Automatisierung über Sprachapplikationen. „Es ist ganz eindeutig ein Trend zur Größe und zur Industrialisierung bei der Bewältigung von Standardaufgaben zu erkennen“, so Klemann, Mitinitiator der Brancheninitiative

Voice Business http://www.voicedays.de, im Gespräch mit pressetext. Relevant für den deutschen Markt sind nach Auffassung der Sitel-Geschäftsführerin Grossecker webgestützte Non-Voice-Lösungen, Selfservices sowie Interactive Voice Responses (IVRs) zur Vorabqualifizierung von Anrufen: „Diese Instrumente dienen zur Effizienzsteigerung und zur Kostenreduktion, und wir werden sie künftig sicher stärker integrieren, wo dies sinnvoll und die Akzeptanz durch die Kunden gewährleistet ist. Vor allem Webchat kann eine attraktive Alternative zum Telefonservice darstellen: Das Instrument gewährleistet individuellen persönlichen Service, die Kosten sind aber viel niedriger als bei der Telefonie, da sich ein Agent jeweils gleichzeitig um mehrere Kunden kümmern kann“.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Call_Center_Ranking_2006:_Kampfansage_an_Telefonfabriken_200606202665.html

http://www.newsbyte.ch/de/articles/art56,,,.htm

http://www.com4biz.de/wissen/one-entry?entry_id=9909

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=6887&mode=&order=0&thold=0

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060620029

http://openpr.de/news/90677/Call-Center-Ranking-2006-Kampfansage-an-Telefonfabriken-Grosse-Dienstleister-setzen-auf-Beratungskompetenz-Internationalisierung-und-Automatisierung-bei-Standardaufgaben.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Call-Center-Ranking-2006-Kampfansage-an-Telefonfabriken/2352

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h17597_call_center_ranking_2006_kampfansage_an.html

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=22818

http://pressemitteilung.ws/node/view/10510

http://www.pr-inside.com/de/gro-e-dienstleister-setzen-auf-beratungskompetenz-internationalisierung-und-automatisierung-bei-standardaufgaben-r8747.htm

http://www.wallstreet-online.de/nachrichten/nachricht/1886376.html

http://www.web4free.at/Artikel.1741

http://businessportal24.com/de/a/36245

http://voipclass-forum.de/showthread.php?p=5025

http://www.firmenpresse.de/print-pressinfo21003.html

http://www.call-center.de/ccpresse/callcenterpresse230606111521.htm

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3098,nodeid,67.html

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/15/1150802404.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-06/artikel-6590978.asp

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060620029

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=28076286

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Call+Center+Ranking+2006:+Kampfansage+an+Telefonfabriken+_471.html

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060620029

http://www.versaforum.de/forum/printthread.php?t=5243

http://www.personal-office.de/newsDetails?newsID=1150788369.85&chorid=00560203

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_06_20_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.live-pr.com/gro-e-dienstleister-setzen-auf-beratungskompetenz-internationalisierung-r1026.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr17008.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=154953&cmd=Anzeigen

http://www.callcenter.de/

KI-Forschung will Informationstechnik vereinfachen

Computersteuerung über Sprache, Mimik und Gestik

Von Gunnar Sohn

Bonn/Bremen/Saarbrücken, 29. Juni 2006 - Die Ergebnisse der Forschung für Künstliche Intelligenz (KI) sind nicht immer leicht als solche zu erkennen. „Wenn Künstliche Intelligenz schließlich funktioniert, dann wird es nicht mehr KI genannt, sondern Informatik, weil wir es dann verstehen", fasst Wilfried Brauer, Professor an der Technischen Universität München http://www.tum.de, ein Paradoxon des Forschungsgebietes zusammen. Heute begegnen uns überall Systeme, in denen KI steckt: Schrifterkennung im Taschencomputer, telefonische Reservierungssysteme für Kino- und Bahntickets, virtuelle Gegner bei PC-Spielen, Roboter, die Rasen mähen oder Fassaden. Für ein Lebewesen zeige sich Intelligenz darin, wie gut es sich in einer unbekannten Umwelt zurechtfinde, wie es auf unerwartete Situationen reagiere, beschreibt Professor Hans-Dieter Burkhard, Projektleiter an der Berliner Humboldt-Universität http://www2.informatik.hu-berlin.de, das Forschungsfeld. „Fußball ist in gewisser Weise so eine unbekannte Umwelt, da man nie genau weiß, was der Gegner als nächstes macht." Das Fernziel der Wissenschaftler ist es, Roboter zu erschaffen, die mit Menschen zusammen handeln können. Man denkt gar nicht an eine Maschine, die ein Problem besser lösen soll, sondern modelliert in der Maschine Verfahren, die für Menschen typisch sind, wenn sie Probleme lösen. „Technologien, die sich im Versuchsfeld Fußball bewähren, haben gute Aussichten, auch in anderen Einsatzfeldern wie Haushalt, Büro, Fabrik oder auf anderen Planeten eine gute Figur zu machen", sagt Ubbo Visser, Chef des Organisationskomitees der Robo-Cup-WM am Informatik-Zentrum Bremen.

Für Professor Wolfgang Wahlster steht der Begriff der „Usability“ (Brauchbarkeit, Verwendbarkeit) im Fokus der KI-Forschung. „Wir kommen in der Informationstechnik bei Massenanwendungen nicht weiter, wenn wir nicht den Menschen in den Mittelpunkt der künftigen IT stellen. Im PC- und Notebook-Markt erreichen wir eine Sättigung, bleiben wir bei der konventionellen Windows-, Maus-, Tastaturbedienung.“ Damit bestätigt er auch eine Einschätzung von David Waltz vom NEC Research Institute in Princeton http://www.nec-labs.com. „Die derzeitigen seriellen Computer sind an Grenzen gestoßen, jenseits derer ihre Schnelligkeit nicht mehr im Rahmen angemessener Kosten gesteigert werden kann.“ Wie also geht es weiter? In Japan, so Wahlster, spreche man bereits vom One-Button-Computer: „Ein und aus, alles andere geschieht über Sprache, Mimik und Gestik, für die man kein Handbuch studieren muss.“ Wahlster leitet das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de (DFKI) in Saarbrücken und ist Schirmherr sowie Jury-Vorsitzender der Bonner Voice Days http://www.voicedays.de, die im Oktober zum dritten Mal stattfinden.

„Roboter, die uns in tiefsinnige Gespräche verwickeln, sind noch Science-Fiction“, erläutert Professor Michael Kohlhase von der International University Bremen http://www.iu-bremen.de. „Es ist heute schon abzusehen, dass in den nächsten Jahren Sprachdialogsysteme beispielsweise im Auto, bei der intuitiven Bedienung intelligenter Haustechnik und beim mobilen Internet-Zugriff als eingebettete Softwaresysteme immer stärker auch in den Massenmarkt eindringen", sagt Wahlster und unterstreicht den Usability-Ansatz seiner KI-Betrachtung. Ständig gebe es neue sprachdialogbasierte Informationsangebote. Der Computer, die Maschine müsse im Kommunikationsverhalten dem Menschen entgegen kommen, ist Wahlster überzeugt. Die Benutzermodellierung und die Personalisierung von Softwaresystemen werde in den nächsten Jahren eine Schlüsselrolle spielen.

Das Ziel aus den Anfangstagen der Disziplin vor 50 Jahren, künstliche Intelligenzen im Rechner zu erschaffen, ist heute konkreten anwendungsorientierten Fragestellungen gewichen: KI-Systeme sollen mit menschenfreundlichen Dienstleistungen den Alltag unterstützen. Gerade einmal zwei Wörter benötigt Professor Aaron Sloman von der University of Birmingham http://www.bham.ac.uk, um dies zu umschreiben. Er nennt es schlicht „Produktive Bequemlichkeit“. Aus Sicht von David Waltz können intelligente Maschinen nur dann entstehen, wenn die KI-Forschung Möglichkeiten findet, „ungeheure Mengen an Speicherplatz mit relevanter Information zu füllen.“ Hierzu bedarf es der Entwicklung von sensorischen Systemen, die erstmals das Lernen aus Erfahrung ermöglichen würde. „Die Möglichkeit

einer künstlichen Intelligenz hängt davon ab, ob es gelingt, Systeme zu bauen, die nicht mehr im bisherigen Sinn programmiert werden müssen.“

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/KI-Forschung_will_Informationstechnik_vereinfachen_200606292723.html

http://www.newsbyte.ch/de/articles/art64,,,.htm

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060629027

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=6970&mode=&order=0&thold=0

http://openpr.de/news/91750/KI-Forschung-will-Informationstechnik-vereinfachen-Computersteuerung-ueber-Sprache-Mimik-und-Gestik.html

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/B599E222D9406179C125719C004B302C?OpenDocument

http://www.businessportal24.com/de/a/38519

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=973

http://www.web4free.at/Artikel.1763

http://at-de.i-newswire.com/goprint17148.html

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23074

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21214.html

http://www.diagramm.net/news_detail.php?id=3090

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/869/1151578203.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=155256&cmd=Anzeigen

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_KI-Forschung_will_Informationstechnik_vereinfachen__521.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_06_29_ITSoftware_2.txt

http://www.live-pr.com/computersteuerung-ber-sprache-mimik-r1132.htm

http://www.pr-inside.com/de/computersteuerung-ueber-sprache-mimik-und-gestik-r9704.htm

http://pressemitteilung.ws/node/view/10796

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060629027&phrase=wahlster

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060629027&phrase=wahlster

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,29240.html

Seminarangebot Voice Campus:

Top-Experten zeigen erfolgreichen Einstieg in sprachgesteuerte Telefonservices Voice Community, die deutschsprachige Serviceplattform und Info-Ressource für Sprachanwendungen, bietet am 17. Oktober drei eintägige Fachseminare für Entscheider, Designer und Techniker in Bonn

Bonn, 04. Juli 2006 – Sprachportale liegen im Trend: Immer mehr Unternehmen interessieren sich für die Möglichkeiten Ihre Kunden, Partner und Mitarbeiter auch über das Telefon mit Self Service-Angeboten zu bedienen. Die Einführung von innovativen Sprachapplikationen stellt jedoch hohe Anforderungen an das Projektmanagement, an das User Interface-Design und die Anwendungsentwicklung: „Alleine aufgrund ihrer Interdisziplinarität, der technologischen Komplexität, der verwendeten 'noch jungen' Standards und Empfehlungen erfordern Voice-Projekte eine gezielte, methodisch geeignete Herangehensweise, um einen Markterfolg der Anwendung von Anfang an zu sichern, so Jens Klemann, Sprecher der Initiative Voice Business.

Der Voice Campus findet am 17. Oktober 2006, am Vortag des zweitägigen Fachkongresse Voice Days http://www.voicedays.de in Bonn statt. Das von der Voice Community neu geschaffene Seminarangebot bietet Entscheidern, Designern und Entwicklern in drei parallel stattfindenden Fachseminaren einen konzentrierten, vertieften Einstieg in die Methoden und Handlungsschritte für den Einsatz von automatisierter Sprachtechnologie. Entsprechend der Zielgruppen gibt es drei Fachseminare zu den Themen Projektmanagement, Design & Usability und Technik.

"International renommierte Experten garantieren die inhaltliche Qualität der Fachseminare. Im Business-Track führt der Unternehmensberater Dr. Ingo Bors in die Strategie und das Projektmanagement von Voice-Projekten ein. Im Design-Track bringt der Voice User Interface-Designer Tom Houwing Ihnen die Grundlagen des Dialog Designs und guter Usability bei. Im Technik-Track, den der Entwickler von Sprachanwendungen Mario Ellebrecht gestaltet, geht es um technische Plattformen, Anwendungs- und Grammatik-Entwicklung", erklärt Klemann.

Der Voice Campus sei die logische Erweiterung der Voice Community, "mit der wir die theoretische Wissensvermittlung, wie wir sie in der Voice Community seit anderthalb Jahren praktizieren, nun auch in die Praxis überführen. Unsere Seminare sind so konzipiert, dass die Teilnehmer ihr dort erworbenes Wissen unmittelbar in eigenen Projekten umsetzen können. Daher organisieren wir die Seminare mit ausgewählten Branchenprofis, die ihr Wissen aus zahllosen Voice-Projekten an die Teilnehmer weitergeben und sie fit machen für eigene Voice-Projekte. Unser Angebot richtet sich an Neulinge im Voice Business, aber auch an all diejenigen, die bereits erste Schritte in Sachen Sprachautomatisierung unternommen haben", so Herausgeber Bernhard Steimel.

"Die Seminarteilnehmer lernen die Grundlagen und Tipps und Tricks, mit denen man Voice-Anwendungen projektieren kann und erhalten einen konzentrierten Einstieg in professionell geführte Voice-Projekte. Im Praxisteil des Technik-Fachseminars lernen die Teilnehmer, wie sie aus ihrem theoretischen Wissen eine in der Praxis erfolgreiche Anwendung machen", sagt Steimel. Zudem gebe es für die Seminarteilnehmer Kostenvorteile: Alle Teilnehmer am VOICE Campus erhalten besonders ermäßigte Eintrittspreise für die Voice Days – im Paket kosten Voice Campus und Voice Days 2006 nur 999,- EUR (statt 799,- EUR + 499,- Euro). Der Voice Campus findet am 17.10.2006 im Rheinhotel Dreesen in Bonn statt.

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Seminarangebot_Voice_Campus:_200607042768.html

http://openpr.de/news/92146/Seminarangebot-Voice-Campus.html

http://www.pr-inside.com/de/seminarangebot-voice-campus-r10167.htm

http://www.businessportal24.com/de/a/39404

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=6976

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1006

http://pressemitteilung.ws/node/view/10911

http://www.web4free.at/Artikel.1778

http://at-de.i-newswire.com/pr17195.html

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=696

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=155368

http://www.live-pr.com/print1167.htm

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21287.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-07/artikel-6656279.asp

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Seminarangebot+Voice+Campus_544.html

http://www.bonn-bp24.de/de/a/19297

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=28823505

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_04_InternetMedienKommunikation_3.txt

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,29446.html

Geschäftserfolg mit Sprachcomputern

Neuer multimedialer Ratgeber richtet sich an Firmenchefs, Marketingexperten und IT-Verantwortliche

Bad Homburg, den 17. Juli 2006 - Mit Sprachdialogsystemen können Unternehmen Kosten senken, mehr Aufträge hereinholen und sich lukrative Ertragsquellen erschließen, so die Argumentation der Branchenvertreter. Die möglichen Anwendungsgebiete sind zahlreich: Sprachcomputer informieren über Bahnverbindungen, geben Kinotipps, nehmen Bestellungen entgegen, helfen bei der Installation technischer Geräte, erfassen Zählerstände, reservieren Tickets, vergeben sichere Passwörter oder erinnern Schuldner an ausstehende Zahlungen. „Sprachdialogsysteme sind längst Teil unseres Alltags geworden“, erklärte Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceaward.de.

Doch von der Technik profitierten auch immer mehr Firmen: „Über sprachbasierte Bestellsysteme und Marketingkampagnen steigern sie ihre Umsätze. Innovative Mehrwertdienste eröffnen ihnen neue Geschäftschancen. Automatisierte Telefonzentralen, Info- und Auskunftsdienste oder Self Service Portale verbessern die Leistung ihrer Mitarbeiter und senken Kosten. Für eine individuelle Beratung über ein Call Center zahlen Firmen bis zu 20 Euro je Anfrage - beim Einsatz eines Sprachdialogsystems liegen die Kosten im Schnitt bei nur 20 Cent.“

Der Zeitpunkt für einen Einstieg in die Sprachtechnologie sei günstig: „Sprachanwendungen haben sich in den vergangenen zwei Jahren rasant weiterentwickelt, heute können Firmen eine Sprachautomatisierung ohne große Investitionen realisieren, die Folgekosten sind gering und die Technik funktioniert jetzt wirklich“, sagte Steimel. Die neue Möglichkeit, Sprachanwendungen kostengünstig auf Mietbasis einzurichten, verschaffe auch mittelständischen Firmen den Zugang zu dieser Technologie.

Eine Entscheidungshilfe liefere Firmenchefs, IT-Verantwortlichen, Marketingexperten und Leitern von Call Centern ein neuer multimedialer Ratgeber der Initiative Voice Business: „Geschäftserfolg mit Sprachcomputern“. Der 64-seitige Leitfaden beschreibt anhand von Unternehmensbeispielen Anwendungsmöglichkeiten für Sprachdienste. Experten erklären zudem, worauf Unternehmen bei der Einführung achten sollten. Die beigefügte DVD enthält ein großes Angebot an weiterführenden Informationen: Hörbeispiele zu den im Leitfaden vorgestellten Anwendungen, in Videobeiträgen berichten Praktiker offen über ihre Erfahrungen, White Papers bieten zusätzlichen Nutzen.

Firmen können den Leitfaden als Broschüre plus DVD für 25,- Euro (brutto, zzgl. Porto) bestellen.

Weitere Informationen: http://www.voiceaward.de/ratgeber

erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/93587/Neuer-Ratgeber-fuer-Unternehmen-Geschaeftserfolg-mit-Sprachcomputern.html

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Neuer_Ratgeber_fuer_Unternehmen_-_Geschaeftserfolg_mit_Sprachcomputern_200607182867.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7111&mode=&order=0&thold=0

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/4EC42B273CDB11A1C12571AF003BC433?OpenDocument

http://www.com4biz.de/news/one-entry?entry_id=10014

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1075

http://www.funkschau.de/news/archiv.php?mode=shownews&NewsID=720

http://www.newsbyte.ch/de/articles/art85,,,2.htm

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=155755&cmd=Anzeigen

http://www.kmuplus-magazin.de/index.php?page=news-show_neu.php3&naechster=9524

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_18_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/dienstleistungen/19260914.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21565.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-07/artikel-6718384.asp

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Neuer+Ratgeber+f%FCr+Unternehmen+-+Gesch%E4ftserfolg+mit+Sprachcomputern_611.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/11232

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=741

http://www.bad-homburg-bp24.de/de/a/38140

http://www.web4free.at/Artikel.1813

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=29510160

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=155755&cmd=Anzeigen

http://www.pr-inside.com/de/geschaeftserfolg-mit-sprachcomputern-r11853.htm

http://www.live-pr.com/gesch-ftserfolg-mit-sprachcomputern-r1286.htm

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23476

http://at-de.i-newswire.com/pr17389.html

http://www.inar.de/blog/technik--co/20060718/neuer-ratgeber-fuer-unternehmen---geschaeftserfolg-mit-sprachcomputern.html

http://www.politiknews.de/pn_30091.htm

Kritik an Web 2.0 wird immer lauter

Fehlender Datenschutz im Internet als größte Gefahr

Bonn, http://www.ne-na.de, 19. Juli 2006 – Web 2.0 (oder semantisches Web) lautet derzeit das Schlagwort im Internet. Blogs, Podcasts, Community-Plattformen und Co. sind nur einige der Möglichkeiten, die das „neue“ Internet bietet. Doch es ist nicht alles Gold was glänzt. Mit viel Vorschusslorbeeren an den Start gegangen, werden diejenigen, die vor den Gefahren des Web 2.0 warnen, deutlich lauter und immer mehr. Kürzlich widmete sich sogar das Nachrichtenmagazin Der Spiegel http://www.spiegel-online.de mit seiner Titelgeschichte dem Thema und kündigt in seinem Untertitel „Wie sich die Menschheit online entblößt“ an, dass die trendigen Neuentwicklungen im weltweiten Datennetz eher kritisch beleuchtet werden.

Die Erfolge von solchen Plattformen öffnet auch der Werbebranche neue Türen und Tore. Viral Marketing heißt die neue Methode. Ein Beispiel nennt die Financial Times Deutschland (FTD) http://www.ftd.de. Es handelt sich um eine geschickt platzierte Online-Werbung der amerikanischen Fast-Food-Kette Burger King. Die Seite findet sich im Netz unter http://www.suversientchicken.com. Zu sehen ist dort ein als Huhn verkleideter Mensch, der auf „Befehle“ des Homepagebesuchers wartet. Was so aussieht wie eine interaktive Webcam seien, laut FTD, „geschickt verschlagwortete Filmschnipsel“. Die Bekanntheitsgrad der Seite steigt durch Mund-zu-Mund-Propaganda enorm, sie spricht sich also herum und verbreitet sich wie ein Virus (daher Viral Marketing). „Virale Netzwerk-Effekte im Internet nach dem ‚tell a friend’-Prinzip wie beispielsweise openBC können Massenmärkte bewegen. Für das Marketing entsteht die Herausforderung, sich an die neuen Spielregeln anzupassen. Werbung im Internet wird nicht nur interaktiver, personalisierter und skalierbarer, sondern auch subtiler“, meint Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voice-award.de. „Das Web 2.0 greift die ursprüngliche Idee des Internet auf, beispielsweise die Schaffung neuer Netzwerke. Allerdings bekommt als dies jetzt ein kommerzielles Fundament“, so Steimel weiter. Die Macht der Blogs wachse und clevere Marketing-Strategen hätten dies erkannt. „Mittlerweile gibt es unter anderem professionelle Blog-Autoren, die im Auftrag von Marketing-Abteilungen Reiseberichte und Hotelbewertungen schreiben.“

Ein weiter Bereich sind die sogenannten Communities. Dabei handelt es sich um Gemeinschaften von Menschen, die sich online begegnen und austauschen. Dies erfolgt in der Regel über Instant Messenger, Chats oder Internet-Foren. „Immer mehr vor allem junge Internet-Nutzer verbringen ihre Zeit in Online-Communities. Sie exponieren sich, stellen soziale Kontakte her und tauschen und teilen gemeinsame Erlebnisse. Die digitale Präsenz wird zum Teil der Persönlichkeit“, erklärt Bernhard Steimel weiter. Man lerne die sozialen Interessen der Menschen kennen, die diese freiwillig bereitstellen. Der Wert eines Netzwerkes steige im Quadrat mit der Anzahl der Nutzer. „Communities erlangen damit wirtschaftlichen Wert. Das wertvollste Gut sind Nutzerprofile“, sagt Steimel weiter und spricht damit die direkte Gefahr des Web 2.0 an. Denn: Im Internet gibt es keinen Datenschutz. Steimel: „Umso mehr wird es wichtig, dem Nutzer die Kontrolle zu geben, wer Zugang zu seinen persönlichen Daten erlangen kann.“

erschienen u.a. bei:

http://www.newsbyte.ch/de/articles/art89,,,.htm

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Kritik-am-Web-20-wird-immer-lauter/2719

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21621.html

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/93CF6AD3E6C37C79C12571B1002DA1CE?OpenDocument

http://www.teachersnews.net/te68/index.nsf/url/A24DB5901CB9103AC12571B2002FD22A?OpenDocument

http://openpr.de/news/93847/Kritik-am-Web-2-0-wird-immer-lauter-Fehlender-Datenschutz-im-Internet-als-groesste-Gefahr.html

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7130

http://www.itseccity.de/?url=/content/markt/hintergrund/060731_mar_hin_neuenachrichten.html

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/sicherheit/19424813.html

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3161,nodeid,69.html

http://www.news-select.de/content/view/3148/28/

http://www.securitymanager.de/magazin/news_h18206_kritik_am_web_20_wird_immer_lauter_-_fehlender.html

http://www.businessportal24.com/de/a/43001

http://www.net-tribune.de/article/240706-04.php

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1085

http://www.web4free.at/Artikel.1823

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23529

http://pressemitteilung.ws/node/view/11294

http://www.bonn-bp24.de/de/a/40956

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=155819&cmd=Anzeigen

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_20_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://at-de.i-newswire.com/pr17438.html

http://www.live-pr.com/kritik-am-web-2-0-wird-immer-r1310.htm

http://www.pr-inside.com/de/kritik-am-web-2-0-wird-immer-lauter-fehlender-datenschutz-im-internet-als-groesste-gefahr-r12134.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Kritik_am_Web_2_0_wird_immer_lauter__622.html

http://www.businessworld.de/2006/07/20/fehlender-datenschutz-ist-im-internet-die-groste-gefahr/

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30214.html

Google versteht alles

Suchmaschine könnte mit neuem Service Marketinglücke schließen

Von Gunnar Sohn

Mountain View/Bonn, 24. Juli 2006 - „Benötigen wir wirklich mehr Informationen, die über unseren PC kommen, während wir zu Hause vor dem Fernsehapparat sitzen? Google beabsichtigt, dies zur Verfügung zu stellen." Thomas Claburn wagt für Informationweek http://www.informationsweek.com einen Blick in die Zukunft multimedialer Suchsystematik und stellt fest: Google hört alles. Zwei Google-Forscher schlagen demnach vor, eine so genannte Ambient Audio Identifikation Technologie zu verwenden, um den Ton des Fernsehers PC quasi einzufangen, die laufende Sendung zu identifizieren und direkt Such-Ergebnisse dazu über Google zu bekommen. „Das System kann den Benutzern folgen, während sie durch die Kanäle schalten, ihnen ein Echtzeit-Forum einer politischen Debatte in der einen Minute präsentieren und einen Ad-hoc Chat Room zu einem Sportereignis in der nächsten", schreiben Michele Covell und Shumeet Baluja im Google Research Blog. Zukunftsmusik, Spielzeug für Freaks oder schon viel eher Realität als die meisten ahnen? Dass Prognosen über den technischen Fortschritt oft nur äußerst kurzlebig sind, erlebte Werner von Siemens, der dem Telefon 1878 keine allzu große Zukunft voraussagte: „Das Telefon wird für den Verkehr in Städten und zwischen benachbarten Ortschaften große Dienste leisten. Aber wie es auf ganz kurzen Entfernungen das Sprachrohr nie verdrängen wird, ebenso wenig wird es je für größere Entfernungen den Telegrafen ersetzen können."

Marketingspezialisten sehen in der kombinierten Suchfunktion über Fernsehton und Internet eine neue Werbemöglichkeit: Denn sind sie immer daran interessiert, so viele Informationen über den Kunden zu sammeln wie möglich, genau zu wissen, wer welche Sendung zu welchem Zeitpunkt ansieht. „Content-Anbieter und Werbetreibende machen vielleicht Angebote für spezielle Fernseh-Segmente", so Claburn. Auch zusätzliche, kundenspezifische Informationen über Produkte und Dienstleistungen wären wohl denkbar, so dass der neue Service auch Kundenbindungsstrategien unterstützen könnte. Schließlich gibt es immer mehr erlebnisorientierte Konsumenten, die auf maßgeschneiderte Angebote geradezu warten. Oft besäßen Unternehmen nicht die notwendigen Strukturen, um herauszufinden, mit welchen Dienstleistungen sie ihre Kunden am besten an sich binden könnten, erklärt Thorsten Posselt, Professor für Handels- und Dienstleistungsmanagement an der Bergischen Universität Wuppertal http://www.wiwi.uni-wuppertal.de. Diese Lücke könnte das neue Google-Angebot schließen. Dass die Sprachdialogtechnik hierfür ausgereift ist, entsprechende Aufgaben zu lösen, ist unbestritten, meint Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business, die in diesem Jahr zum dritten Mal die Bonner Voice Days http://www.voicedays.de veranstaltet: „Sprachanwendungen haben sich in den vergangenen zwei Jahren rasant weiterentwickelt und sind vielfältig einsetzbar." Getrieben von der wachsenden Bedeutung des mobilen Internets werde die Sprachautomatisierung für unterschiedliche Einsatzzwecke mit anderen Medien zusammengeführt. Spracherkennung und Sprachausgabe, ob netzbasiert oder im Endgerät eingebaut als Bedienfunktion, solle mit graphischen Benutzerschnittstellen sinnvoll zusammenwirken. „Dafür müssen technologische Kompetenzen aus unterschiedlichen Fachgebieten der Sprachtechnologie zusammengeführt werden, wie das Erkennen großer Wortschätze, das sinnvolle Interpretieren von Antworten auf offene Fragen und das Suchen in einem semantischen Kontext. Erst wenn das gelingt, kann die Vision Wirklichkeit werden und auch komplexe Such-Services wie Google ihre Macht im ‚Voice Web' entfalten", prognostiziert Steimel im Gespräch mit pressetext.

„Sprachdialogsysteme sind längst den Kinderschuhen entwachsen und auch nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken", meint auch Detlef Artelt, Geschäftsführer der Aachener aixvox Gmbh http://www.aixvox.de und Herausgeber des Voice Kompass, einem Kompendium mit Fachinformationen zum Hersteller- und Dienstleistermarkt der Voice Branche. Wie bei anderen Technologien hätten auch Sprachdialoge eine Realisierungskurve gebraucht. Jetzt gebe es

ungezählte Beispiele für den Einsatz von Sprachanwendungen. So hat der Automobilzulieferer Siemens VDO Automotive http://www.siemensvdo.de gerade erst angekündigt, beispielsweise die Möglichkeiten bei der Sprachsteuerung zur Bedienung unterschiedlicher Funktionen im Fahrzeug zu erweitern. Zurzeit seien rund 70.000 Orts- und Straßennamen mit der Spracherkennung von Navigationssystemen adressierbar. 2012 soll das System bis zu 300.000 Wörter verarbeiten können. Dazu muss das System nun Vokabeln lernen, berichtet der Fachinformationsdienst Auto Service Praxis http://www.autoservicepraxis.de. Denn der durchschnittlich genutzte Wortschatz umfasse im Deutschen etwa 10.000 Wörter. „Der Duden enthält im Vergleich dazu rund 130.000 Stichwörter. Vor allem für die Navigationseingabe ist ein großer Wortschatz Voraussetzung“, so die Zeitschrift.

erschienen u.a. bei:

http://www.newsbyte.ch/de/articles/art93,,,.htm

http://www.4.am/Internet/Internet/Google_versteht_alles_-_Suchmaschine_koennte_mit_neuem_Service_Marketingluecke_schlie%DFen_200607242903.html

http://openpr.de/news/94211/Google-versteht-alles-Suchmaschine-koennte-mit-neuem-Service-Marketingluecke-schliessen.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21685.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-07/artikel-6744794.asp

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/suchmaschinen/19777905.html

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3176,nodeid,69.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/11378

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7167

http://www.goerlitzer-anzeiger.de/news_537_T,google-versteht-alles.html

http://www.pr-inside.com/de/google-versteht-alles-suchmaschine-koennte-mit-neuem-service-marketingluecke-schliessen-r12564.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1105

http://www.web4free.at/Artikel.1847

http://www.businessportal24.com/de/a/43675

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Google_versteht_alles__647.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=29820413

http://www.live-pr.com/google-versteht-alles-suchmaschine-k-nnte-r1325.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr17485.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_24_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=155922&cmd=Anzeigen

http://www.zdnet.de/news/tkomm/0,39023151,39145559,00.htm

http://www.innovations-report.de/html/berichte/kommunikation_medien/bericht-68114.html

http://derstandard.at/?url=/?id=2527483

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060724019

http://www.htmlopen.de/news/news_show.cgi?news=1153809543&title=Spracherkennung%20verschafft%20Google%20Zugang%20zu%20TV

http://www.winhelpline.info/forum/allgemeine-news/129632-spracherkennung-verschafft-google-zugang-zu-tv.html

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/646/1153737004.html

http://www.pte.ch/pte.mc?pte=060724019

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060724019&phrase=adhoc%20OR

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30406.html

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=768&highlight=steimel

Großes Interesse am VOICE Award

über 70 Sprachanwendungen bewarben sich in fünf Kategorien

Düsseldorf/Bonn/Berlin, 24.07.2006 – 72 sprachgesteuerte Dienste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sich zum diesjährigen VOICE Award 2006 angemeldet. Die fünf besten Sprachcomputer werden am 18. Oktober auf den VOICE Days im Alten Bundestag in Bonn mit den begehrten VOICE Awards ausgezeichnet.

Angemeldet zum VOICE Award 2006 haben sich Sprachanwendungen aus allen Branchen. Ganz vorn lagen die Telekommunikationsunternehmen, die insgesamt 31 Prozent der Anwendungen anmeldeten. Transport, Logistik und Verkehr sowie Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen folgen mit 23 Prozent bzw. 17 Prozent der Anmeldungen, 10 Prozent kamen aus dem Bereich IT und Technologie, die Medien-/Unterhaltungsbranche meldete 8Prozent der Anwendungen. Wie im letzten Jahr halten sich der Handel und die Call Center-Branche weiterhin zurück – hier gab es die wenigsten Anmeldungen. Bei den Anwendungstypen lagen Auskunftsservices mit fast der Hälfte der Anwendungen vorn, gefolgt von Self Service- und Call Routing-Anwendungen (31 Prozent bzw. 2 9 Prozent). 13 Prozent der Anmeldungen sind Directory Assistance-Systeme.

Für Bernhard Steimel, mind Business Consultants, Sprecher und Mitbegründer der Initiative VOICE BUSINESS, ist die große Bandbreite angemeldeter Anwendungen ein Beweis dafür, dass „der Trend der Vorjahre ungebrochen ist: Banken, TK-Unternehmen und der Logistik-/Verkehrsbereich nutzen Sprachautomatisierung intensiv; die High-Tech- und Medienbranchen sind weiter im Kommen. Die Vielzahl der Anmeldungen zeigt zudem, dass der Bedarf an einem unabhängigen Gütesiegel für die besten Sprachlösungen weiterhin groß ist. Viele Unternehmen nutzen den ‚Voice–TÜV' der Initiative VOICE BUSINESS, um einerseits ihre Leistungen im Wettbewerb öffentlichkeitswirksam darzustellen, andererseits aber auch wissenschaftlich gesicherte Rückschlüsse darauf zu ziehen, was noch verbessert werden kann."

Jens Klemann, STRATECO, Mitveranstalter der Brancheninitiative, stellt fest, dass sich auch die Qualität der Anwendungen verändert hat: „Auch wenn automatische Weiterleitungen, Auskunft und Telefonzentralen nach wie vor das Einstiegsszenario darstellen und daher auch beim VOICE Award eine große Rolle spielen, zeigt sich ein Trend hin zu Serviceportalen: Fast jede dritte Anwendung bietet den Kunden unter einer Nummer mehrere Services. Mit 16% spielen aber auch innovative Ansätze, die auf die Integration von Back-Office–Systemen und biometrischen Erkennungstechnologien setzen, eine stark wachsende Rolle – immer mehr Unternehmen ‚trauen' Sprachtechnologie auch sensible Aufgaben zu!"

Olav V. Strawe, Mitveranstalter und Herausgeber TeleTalk, telepublic Verlag, betont die wachsende Akzeptanz von Sprachdialogsystemen im Bereich Marketing/Infotainment: „Ein Drittel der Anwendungen dienen dem Marketing oder der Unterhaltung, was zeigt, dass sich die Pioniere unter den Agenturen erfolgreich mit Sprachtechnologie auseinandersetzen und die Contentanbieter neue Infotainmentangebote entwickeln."

Alle sprachgesteuerten Dienste, die am VOICE Award 2006 teilnehmen, werden im August in den Testlabors des Deutschen Forschungsinstituts für Künstliche Intelligenz (DFKI) auf Herz und Nieren geprüft. Neben den Forschern der renommierten Innovationsschmiede gehören dies Jahr noch mehr Laien dem Testteam an, damit neben den objektiven Leistungsdaten insbesondere die Nutzerfreundlichkeit der Systeme besser bewertet werden kann. Eine unabhängige Fachjury unter Vorsitz des Schirmherrn Prof. Dr. Dr. Wolfgang Wahlster vom DFKI wählt Ende August in einer anonymen Abstimmung aus allen nominierten Anwendungen die Gewinner der einzelnen Kategorien.

Die für den VOICE Award nominierten Sprachanwendungen präsentiert Prof. Wahlster am 1. September auf dem Technisch-Wissenschaftlichen Forum der IFA in Berlin der Öffentlichkeit. Die fünf Sieger werden am 18.10.2006 im Rahmen einer feierlichen Abendgala auf dem VOICE Day im Alten Bundestag in Bonn von Prof. Wahlster mit den begehrten VOICE Awards ausgezeichnet. Alle Besucher der VOICE Days erhalten zudem kostenlos (regulärer Preis: 199,-EUR) den ausführlichen Testbericht zum VOICE Award 2006 mit den genauen Testergebnissen und Bewertungen.

Hintergrundinformationen

Der VOICE Award wird in fünf verschiedenen Kategorien vergeben: Der „Best Practice Award“ ehrt die beste deutschsprachige Sprachapplikation, der „Best Innovation Award“ die Sprachapplikation mit der fortschrittlichsten technischen Umsetzung, der „Best Enterprise Service Award“ die beste Sprachautomation von Kunden- und Unternehmensprozessen und der „Best Value-Added Service Award“ den besten sprachaktivierten öffentlichen Telefondienst bzw. das beste kostenpflichtige Sprachportal. Hinzu kommt erstmals in diesem Jahr der Award für die „Best VOICE Campaign", d.h. die beste Marketing-Kampagne, die von einer telefonischen Sprachapplikation unterstützt wird. Die Preisverleihung soll erfolgreiche Sprachanwendungen und ihre Leistungsdaten bekannter machen, schließlich nimmt Deutschland eine weltweite Spitzenposition bei Sprachapplikationen ein: Millionen Serviceanrufe werden hierzulande täglich von Sprachcomputern beantwortet.

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind die mind Business Consultants, STRATECO sowie der telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem VOICE Award auch den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im Alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wolfgang Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, Hewlett-Packard, IBM, Siemens, T-Com und VoiceObjects.

Silbersponsoren sind Acapela, Alcatel, Avaya, Eicon, FrontRange, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, Semantic Edge, Softlab, Telenet, und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind TeleTalk, absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Computer Zeitung, funkschau, MIT Technology Review, NeueNachricht, Telephone Strategy News, VDI nachrichten sowie visAvis.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind das Call Center Forum Deutschland e.V., das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), der ECO-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Gro%DFes_Interesse_am_VOICE_Award_200607242901.html

http://openpr.de/news/94194/Grosses-Interesse-am-VOICE-Award-Ueber-70-Sprachanwendungen-bewarben-sich-in-fuenf-Kategorien.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Grosses-Interesse-am-VOICE-Award/2770

http://www.newsbyte.ch/de/news/nws137715,,.htm

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7170

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21678.html

http://www.pr-inside.com/de/grosses-interesse-am-voice-award-ueber-70-sprachanwendungen-bewarben-sich-in-fuenf-kategorien-r12549.htm

http://pressemitteilung.ws/node/view/11376

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/aktuelles/19772293.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1103

http://www.businessportal24.com/de/a/43642

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23584

http://www.reporter7.com/de/4349/grosses-interesse-am-voice-award.htm

http://www.web4free.at/Artikel.1845

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=155918&cmd=Anzeigen

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h18253_grosses_interesse_am_voice_award_-_ueber_70.html

http://www.informatik-saarland.de/06.Presse/04.Pressespiegel/detail.php?id=594

http://at-de.i-newswire.com/pr17484.html

http://www.live-pr.com/gro-es-interesse-am-voice-award-r1323.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Gro%DFes_Interesse_am_VOICE_Award__641.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30402.html

http://www.pronline.at/Gro%DFes_Interesse_am_VOICE_Award_%96_%FCber_70_Sprachanwendungen_bewarben_sich_in_f%FCnf_Kategorien.html

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=767&highlight=steimel

0900 pusht Mehrwertdienste

Neue Servicerufnummern versprechen mehr Transparenz und Kundenzufriedenheit

Von Gunnar Sohn

Bonn/Berlin, 26. Juli 2006 - Immer mehr Unternehmen setzen auf den intelligenten Einsatz von Telefondiensten. Was der öffentlichen Hand vor allem unter dem Gesichtspunkt der Kostenreduzierung attraktiv erscheint, ist für die private Wirtschaft ein noch in den Anfängen steckender und einnahmenträchtiger Markt. Unternehmen sind dabei, neue Geschäftsmodelle beispielsweise auf Basis von Voice-Portalen aufzubauen. Einträgliche Geschäftmodelle wurden auf dem telemedia Germany Kongress http://www.telemedia-deutschland.de in Berlin vorgestellt. Die Mehrwertdienste gehören zu den profitabelsten Sparten in der Telekommunikation. Auf rund zweieinhalb Milliarden Euro wird der Markt für telefonische Auskunft- und Mehrwertdienste geschätzt, weitere ein bis eineinhalb Milliarden könnten durch Angebote speziell für Handybenutzer umgesetzt werden, so das wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste http://www.wik.org.

Ende Juni ist für die bisherigen 0190er Servicevorwahlen nun endgültig der Vorhang gefallen. Sie wurden durch 0900er Nummern ersetzt. „Während die mit 0190 beginnenden Nummern bisher darauf festgelegt waren, minutenbasiert einen Tarif für das gesamte Gespräch abzurechnen, bietet die 0900 - neben weiteren Änderungen - neue Möglichkeiten der Abrechnung. So kann während des Gespräches der Tarif geändert werden und zum Beispiel von einer kostenlosen Verkaufsberatung zu einem kostenpflichtigen Servicegespräch umgestellt werden“, erläutert Johannes Winkelhage für die Frankfurter Allgemeine Zeitung http://www.faz.net den Vorteil der so genannten Call Segmentierung. Branchenexperten sehen darin eine wesentliche Weiterentwicklung.

Jens Klemann von der Initiative Voice Business http://www.voicedays.de erwartet infolge der Einführung der 0900er Nummern ein Wachstum von Sprachportalen als zentrale Eingangstore zu verschiedensten Unternehmensdiensten unter einer Telefonnummer. „In der Vergangenheit sind bei vielen Unternehmen die Kommunikationskosten explodiert, auch durch Kundenanrufe, die an den falschen Stellen im Unternehmen landeten.“ Die neue Flexibilität, verschiedene Services während eines Anrufes unterschiedlich abrechnen zu können, schaffe zusätzlichen wirtschaftlichen Anreiz, die bislang getrennten Servicelines unter einer Rufnummer zusammenzufassen. Systeme, bei dem der Anrufer zunächst eine kostenlose Nummer anwählt und erst im Lauf des Gesprächs etwa durch ein sprachgesteuertes Menü zu einem kostenpflichtigen Dienst geführt wird, seien längst keine Ausnahme mehr, sagt Wendelin Meyer-Mölck von der Deutschen Telefon- und Marketing Services AG http://www.dtms.de in Mainz. Die 0900-Rufnummern dürften auch für Gewinnspiele, Spendenhotlines und im sogenannten Micropayment Anwendung finden. Ein Vorteil der neuen 0900-Nummern sei die Transparenz, findet Omar Khorshed, Vorstandsvorsitzender des Düsseldorfer Abrechnungsdienstleisters acoreus AG http://www.acoreus.de. „Die fünfte Stelle der Rufnummer ist der entscheidende Indikator. Dadurch lässt sich jetzt einfach erkennen, welche Art von Dienst hinter welcher Nummer steckt.“ Die Kombination 0900-1 stehe für Informationsdienste. Über 0900-3 erreicht man Unterhaltungsdienste, 0900-5 für sonstige Angebote – in der Regel Erotikdienste.

Gebührenfreie und dem jeweiligen Angebot vorausgehende Informationen über die Preisgestaltung könnten mehr Vertrauen in die 0900er Gasse bewirken als es gegenüber den 0190er Services bestand. „Das neue Modell ermöglicht Unternehmen und Konsumenten eine dem Service angemessene Preisstaffelung“, so Khorshed im Gespräch mit pressetext. Unternehmen würden damit in die Lage versetzt, Beratungs- und Unterhaltungsleistungen zu marktgerechten Preisen anzubieten. Aber auch neue Geschäftsmodelle seien denkbar: „Man kann Konzerttickets direkt übers Telefon bezahlen, größere Beträge für karitative Zwecke spenden oder über ein Voice-Portal Last-Minute Zimmerreservierungen vornehmen“, sagt der acoreus-Chef. Auch die quotenstarke RTL-Show „Deutschland sucht den Superstar“ http://www.dsds.de habe ihren Anmeldemodus für die im nächsten Jahr beginnende vierte Staffel auf 0900er Nummern umgestellt. Möglich sei es mittlerweile auch, so Khorshed, Informationsbroschüren über eine 0900er Nummer zu bestellen, die mit einem festgelegten Betrag pro Anruf über die Telefonrechnung abgerechnet würden. So bietet etwa das ungarische Tourismusamt in Deutschland eine Broschüre über den Plattensee auf diese Weise an. „Der Anbieter erspart sich Rechnungsstellung und Nachverfolgung.“ Auch direkte Beratung sei möglich und über die

Telefonrechnung abzuwickeln, beispielsweise bei der Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt, wo sich Berufsanfänger über für sie sinnvolle Versicherungen informieren können, oder beim Anwalt-Such-Service für die Suche nach spezialisierten Rechtsanwälten.

Für Christian Plätke vom Kölner Netzbetreiber Intelegence http://www.in-telegence.net wird 0900 eine Erfolgsgeschichte. „Die 0900 hat das Potenzial, die 0190 sogar noch zu überflügeln“, prognostiziert er. Als Begründung nennt er die gesetzlichen Regelungen und die transparente Einteilung der Diensteinhalte, mit der eine erhöhte Kundenzufriedenheit einhergehe. Diese Ansicht teilt auch der Branchenverband Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste http://www.fst-ev.org: Die so genannte Kettenzuteilung sei mit der Migration von 0190 auf 0900 entfallen. Mittels eindeutiger Ermittelbarkeit des Zuteilungsnehmers einer Nummer über die Website der Bundesnetzagentur http://www.bundesnetzagentur.de werde die Störanfälligkeit am Markt deutlich herabgesetzt und somit das Verbrauchervertrauen in die Gasse als solches deutlich gestützt. „Die deutlichen Vorteile, die die Gasse 0900 für Verbraucher mit sich bringen, lassen sich ausgezeichnet von Unternehmen und Dienstleistern aller Branchen nutzen, die großen Wert auf flexibles, serviceorientiertes und verbraucherfreundliches Kundenmanagement legen“, bestätigt Claudia Kalenberg, Geschäftsführerin des Verbandes.

erschienen u.a. bei:

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3189,nodeid,69.html

http://www.4.am/Business/Business/0900_pusht_Mehrwertdienste_200607262917.html

http://www.acoreus.de/index.php?id=122&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=148&tx_ttnews%5BbackPid%5D=36&cHash=9f942efc8f

http://www.com4biz.de/wissen/one-entry?entry_id=10040

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7195

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/19938329.html

http://www.businessportal24.com/de/a/44197

http://pressemitteilung.ws/node/view/11423

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1117

http://www.web4free.at/Artikel.1855

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/AF4D224B488B0F53C12571B7002C90AC?OpenDocument

http://www.pr-inside.com/de/neue-servicerufnummern-versprechen-mehr-transparenz-und-kundenzufriedenheit-r12773.htm

http://www.live-pr.com/neue-servicerufnummern-versprechen-mehr-r1338.htm

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23642

http://www.reporter7.com/de/4397/neue-servicerufnummern-versprech.htm

http://www.net-tribune.de/article/270706-01.php

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_0900+pusht+Mehrwertdienste+_659.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_26_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=155982&cmd=Anzeigen

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-07/artikel-6757475.asp

http://www.berlin-bp24.de/de/a/55093

http://at-de.i-newswire.com/pr17518.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=29975355

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=773&highlight=klemann

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30505.html

Dirigenten für die Mensch-Maschine-Kommunikation:

Dialog-Designer kreieren „Kino im Kopf“

Verfasser: Gunnar Sohn

Düsseldorf/Bonn, 27. Juli 2006 - Sprach-Dialogsysteme mit ihren endlosen Ansagen und Menüoptionen treiben Kunden häufig in den Wahnsinn. „Jeder kennt sie, jeder hasst sie. Schon bald könnten sie Geschichte sein, zum Glück. Dafür verantwortlich ist ein neuer Berufsstand, der gerade boomt: Dialoggestalter. Moderne Sprachcomputer sprechen und verstehen heute mehrere Sprachen, können komplette Sätze entschlüsseln, lassen sich unterbrechen und sind sogar in der Lage, sich an einen Anrufer zu erinnern. Die Technik setzt heute kaum noch Grenzen. Das nutzen die Voice-User-Interface-Designer (VUID), wie sie im Englischen heißen, und schreiben moderne Dialog-Drehbücher, damit sich Mensch und Maschine besser verstehen“, schreibt die Wirtschaftswoche http://www.wiwo.de.

Bislang schrieben die Softwareprogrammierer die Dialoge noch selbst. Das heutige Ideal sei ein Gesprächsablauf, bei dem der Mensch vergisst, dass er mit einer Maschine spricht - und das schaffen nur Dialogprofis: „Kino im Kopf", nenne das Tom Houwing, Geschäftsführer der Agentur Voiceandvision http://www.vui-experts.com. Der Niederländer sei eine Galionsfigur in der Szene der Dialoggestalter. Für die Postbank habe er vor drei Jahren das Telebanking-Portal aufgebaut und dafür zahlreiche Preise eingeheimst. Der gelernte Musikwissenschaftler vergleiche Sprachportale mit klassischer Musik: Ständig wechselt das Tempo, variiert die Lautstärke und vermengen sich die Klänge aufs Neue zu einer harmonischen Einheit. „Als Dialogdesigner dirigiere ich das Ganze", so Houwing gegenüber der Wirtschaftswoche.

Die Branche boome. „Mehr als die Hälfte der deutschen Banken nutzt bereits Sprachportale. Auch Versicherungen, Versandhäuser und Reisekonzerne modernisieren ihren automatischen Kundendienst. Die Kosten für die Bearbeitung eines Anrufs lassen sich so auf ein Zehntel senken“, führt die Wirtschaftswoche weiter aus.

Eine Ausbildung zum Dialoggestalter gebe es allerdings noch nicht. Deshalb würden sich in dem Beruf viele Quereinsteiger tummeln: Psychologen, Sprachwissenschaftler, Musiker. Ein Berufseinsteiger verdiene zwischen 2500 und 3000 Euro im Monat. Profis kämen auf bis zu 6500 Euro. „Der Beruf des Dialog-Designers ist in Deutschland und Europa noch nicht so weit verbreitet wie in den Vereinigten Staaten. Zum Beispiel fehlt ein eigenes Ausbildungs- oder Studienprogramm. Ausbildung ist aber wichtig, um nutzerfreundliche Anwendungen zu schaffen“, sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Voice Business Initiative http://www.voicedays.de. Dialogprofi Houwing werde deshalb die Grundlagen und Techniken für erfolgreiches Voice User Interface-Design am 17.Oktober beim Fachseminar „Voice Campus“ http://www.voice-community.de/index.aspx?page=401 präsentieren. „Alle, die sich für Berufschancen interessieren sollten zudem die Voice Days am 18. und 19. Oktober in Bonn besuchen. Mehr als 50 Firmen aus dem Voice-Umfeld sind hier vertreten“, so der Rat von Steimel für Berufseinsteiger.

Neue Herausforderungen ergeben sich aber nicht nur in der Ausbildung, sondern auch für Unternehmen, die sich für automatische Sprachsysteme entscheide: „Der Kanal Sprache muss viel stärker in den Marketingmix einbezogen werden. Das ‚visuelle Branding’ zählt schon seit langer Zeit zu den klassischen Disziplinen der Außendarstellung. Beim sogenannten ‚Voice Branding’ gibt es noch Defizite. In den USA haben dass viele Unternehmen erkannt und eine ‚Corporate Voice’ entwickelt, die dem Anrufer ein konsistentes Bild des Unternehmens vermittelt - egal ob beim Anruf auf der Hotline oder auf der Mailbox eines Mitarbeiters. Langfristig wird hier - wie bei einem Firmenlogo - ein ähnlicher Wiedererkennungseffekt und Markenwert geschaffen“, weiß Jens Klemann von der Unternehmensberatung Strateco http://www.strateco.de in Bad Homburg.

Vergleiche man diese Entwicklung mit dem Aufkommen der ersten Web-Agenturen vor einigen Jahren, so werde sich auch die derzeit noch überschaubare Zahl an „Voice-Agenturen" zukünftig deutlich nach oben entwickeln: „Aus Web-Designern werden Voice-Designer, die mit der Schaffung

von Audio-Welten und ‚Corporate-Voices' neue emotionale Unternehmenswelten kreieren", prognostiziert Klemann. Was dem Webdesigner seine Bilder und Grafiken, seien für den Dialoggestalter Musik, Töne und Stimmen. „Sie dienen als akustische Wegweiser. So reicht etwa ein einzelner Ton aus, um dem Anrufer zu signalisieren, ob der Computer einen Befehl verstanden hat. Und sie haben eine psychologische Wirkung", so die Wirtschaftswoche.

erschienen u.a. bei:

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/347DE1AE8B54C301C12571B8004EC9DA?OpenDocument

http://www.4.am/Business/Business/Dirigenten_fuer_die_Mensch-Maschine-Kommunikation:_Dialog-Designer_kreieren_%84Kino_im_Kopf%93_200607272931.html

http://openpr.de/news/94677/Dirigenten-fuer-die-Mensch-Maschine-Kommunikation-Dialog-Designer-kreieren-Kino-im-Kopf.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21759.html

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7212&mode=&order=0&thold=0

http://www.pr-inside.com/de/dirigenten-f-r-die-mensch-maschine-kommunikation-dialog-designer-kreieren-kino-im-kopf-r13023.htm

http://www.businessportal24.com/de/a/44653

http://pressemitteilung.ws/node/view/11476

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1126

http://www.web4free.at/Artikel.1862

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3213,nodeid,69.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Dialog-Designer-kreieren-%84Kino-im-Kopf%93/2817

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=156041&cmd=Anzeigen

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-07/artikel-6767368.asp

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_27_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://voipclass-forum.de/showthread.php?t=780

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Dirigenten_f%FCr_die_Mensch-Maschine-Kommunikation:__674.html

http://www.duesseldorf-bp24.de/a/60768

http://at-de.i-newswire.com/pr17545.html

http://www.live-pr.com/dirigenten-f-r-die-mensch-maschine-kommunikation-dialog-designer-r1356.htm

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=30097911

http://www.pr-inside.com/de/dirigenten-fuer-die-mensch-maschine-kommunikation-dialog-designer-kreieren-kino-im-kopf-r13023.htm

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30605.html

Requiem für die Straßenkarte

Interesse an Navigationssystemen wird immer größer

Bonn/München, 31. Juli 2006 – www.ne-na.de Die erste nervliche Belastungsprobe im Familienurlaub beginnt meist schon auf der Hinfahrt. Wenn „Mutti“ oder „Vati“ mit der unhandlichen Straßenkarte kämpft, ist die falsche Route und daraus resultierender Streit schon vorprogrammiert. Mit Navigationssystemen kann man sich diesen Stress vom Halse halten. Sie sind in der Regel leicht bedienbar, so dass auch der Autofahrer, der mit Kartenlesen und Technik auf Kriegsfuß steht, keine Probleme bei der Installation und Bedienung haben sollte. Eine repräsentative Umfrage von TNS Infratest http://www.tns-infratest.com im Auftrag des Handelsblattes http://www.handelsblatt.de hat ergeben, dass sich rund ein Fünftel der Befragten ein solches System kaufen will. In den vergangenen Jahren seien Navigationssysteme vor allem das Privileg von Dienstwagen-Fahrern gewesen. Doch diese Zeiten sind vorbei, seit es günstige Systeme für unter 200 Euro in den Elektronik-Märkten gibt.

Der IT-Branchenverband Bitkom http://www.bitkom.de rechnet damit, dass in Deutschland dieses Jahr erstmals mehr als eine Million tragbare Navigationssysteme verkauft werden. „Die Geräte werden immer präziser und immer preiswerter. Außerdem sind sie inzwischen einfach zu bedienen“, so Bitkom-Vizepräsident Jörg Menno Harms. Die TNS-Umfrage unter 1.000 Personen ergab, dass ein großer Teil auch Staumeldungen, Infos über nahe gelegene Restaurants oder Geschwindigkeitswarnungen bekommen möchte, schreibt das Handelsblatt. Am Start seien neben bekannten Namen wie Blaupunkt, Becker, Garmin, Navigon und Sony auch zahlreiche neue Anbieter. Nach Angaben des Bitkom waren 2005 schon 40 Firmen in diesem Bereich aktiv. Hoch im Kurs stehen insbesondere die portablen Geräte.

Doch Navigationssysteme haben noch weitere Vorteile. Sie können die Sicherheit im Straßenverkehr erhöhen. „Großes Potenzial sehe ich bei dem Einsatz von Sprachautomatisierung in der Automobilbranche. Hier stehen wir erst am Anfang der Entwicklung. Doch in absehbarer Zeit werden die Kinderkrankheiten abgestellt sein. Heute kommt es noch zu Verständigungsproblemen bei der Zieleingabe, weil nicht alle Ortsnamen entsprechend ihrer Schreibweise ausgesprochen werden. Der Einsatz von Sprachsteuerung ist aber auch bei anderen Multimedia-Systemen denkbar – zum Beispiel bei der Auswahl eines Titels aus einer Musikdatenbank. Dies alles zusammen erhöht Fahrkomfort und Sicherheit“, sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voice-award.de. „Vielleicht sollte man schon einmal eine Totenmesse für die gute alte Straßenkarte ansetzen. Denn ein technisch ausgefeiltes Navigationssystem in Kombination mit ausgereifter Sprachautomatisierung ist quasi unschlagbar.“

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Requiem_fuer_die_Stra%DFenkarte_%96_Interesse_an_Navigationssysteme_wird_immer_groe%DFer_200607312953.html

http://openpr.de/news/94931/Requiem-fuer-die-Strassenkarte-Interesse-an-Navigationssysteme-wird-immer-groesser.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21809.html

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/20391876.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7280

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/35ADE6F2EACCE8F4C12571BC0048355D?OpenDocument

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1142

http://pressemitteilung.ws/node/view/11566

http://www.oppt.de/psk/rmo/rmo_content/powerslave,id,3210,nodeid,69.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,30882.html

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23763

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=156161&cmd=Anzeigen

http://www.web4free.at/Artikel.1870

http://www.businessportal24.com/de/a/45216

http://www.leinefelde-worbis-bp24.de/a/67494

http://pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_07_31_LogistikTransport_1.txt

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Requiem+f%FCr+die+Stra%DFenkarte+_697.html

http://www.bonn-bp24.de/de/a/67494

http://www.kaltenkirchen-bp24.de/a/67494

http://at-de.i-newswire.com/pr17596.html

http://www.live-pr.com/requiem-f-r-die-stra-enkarte-interesse-r1376.htm

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=30265812

VOICE Community gewinnt mir Alcatel weiteren Global Player als Projektpartner

Bonn, Düsseldorf, Aachen, den 4.08.2006 – Die VOICE Community, das führende Kompetenznetzwerk für Sprachdialogsysteme mit über 1200 Mitgliedern, konnte mit Alcatel einen neuen Projektpartner gewinnen. Bernhard Steimel, Herausgeber der VOICE Community, sieht das Engagement von Alcatel und der anderen Partner als klares Bekenntnis, gemeinsam einen starken Voice-Markt schaffen zu wollen: „Zusammen mit den Partnern Genesys, Nuance und T-Com steht Alcatel für ein längerfristiges Engagement in der Entwicklung des deutschen Voice-Marktes. Unsere Partner decken die gesamte Wertschöpfungskette im Voice Business von der Plattform (Genesys) über die Spracherkennung und –verarbeitung (Nuance), die Systemintegration (Alcatel) bis hin zum Managed Service und Hosting (T-Com) ab und zeigen so, welchen Stellenwert diese Weltunternehmen der Sprachtechnologie beimessen."

Patrick Langelaan, Director Key Account T-Com/T-Online von Alcatel, unterstreicht diese Einschätzung: „Mit unserem Einstieg wollen wir ein Zeichen setzen, dass das Thema Sprachautomatisierung für Alcatel und Genesys einen hohen Stellenwert hat, und dass beide Firmen bei diesem Zukunftsthema vertreten sein wollen. Alcatel verfügt über eine hohe Kompetenz, komplexe Installationen durchzuführen und in bestehende Systemumgebungen zu integrieren."

Gemeinsam wollen die Partner nun mit dazu beitragen, die Bedeutung von Sprachtechnologie in der Wirtschaft voranzutreiben. Dr. Eckard Geulen, Leiter Marketing und Vertrieb der T-Com, weist auf den Stellenwert hin, den Sprachdialogsysteme im Serviceportfolio der Telekom einnehmen: „Wir haben große Innovationsbestrebungen im Bereich Sprachtechnologie. Sie ist mittlerweile so weit, dass wir neue Produkte und neue Anwendungen im Sprachbereich sinnvoll an den Markt bringen wollen. Von Alcatels Engagement verspreche ich mir, dass sie darüber eine neue Klientel ansprechen, also auch Unternehmen, die bisher noch nicht auf diesem Felde agieren, über die VOICE Community bzw. das VOICE Testcenter für Sprachtechnologie begeistern."

Die Partner der VOICE Community verstehen ihr Engagement daher auch als ein strategisches: „Wir werden ein ganzes Ökosystem um die VOICE Community herum aufbauen und hoffen, dass VUI Designer, Programmierer oder Spezialisten, die Grammatiken tunen, eine Fülle neuer Anwendungen hervorbringen, die auch neue Branchen von dieser Technologie überzeugen," so Sven Klindworth, Marketing Manager Contact Routing Solutions der T-Com. „Die VOICE Community wird sich weiter als einzigartiger Branchentreff entwickeln, der einer Vielzahl von Leuten, die sich mit ähnlichen Themen befassen, die Gelegenheit gibt, sich auszutauschen und gegenseitig zu inspirieren", erläutert Daniel Leimbach, Key Account Manager bei Alcatel.

„Natürlich bauen wir mit der Unterstützung unserer Partner unsere Angebote rund um dem Wissenstransfer im Voice Business weiter aus," versichert VOICE Community-Herausgeber Steimel: „Beispielsweise werden wir im Umfeld der VOICE Days 2006 erstmals mit dem VOICE Campus http://www.voice-community.de/campus drei eintägige Fachseminare anbieten, die Einsteiger fit machen für anspruchsvolle Voice-Projekte: Manager ebenso wie Designer und Entwickler. Mit dieser Kombination aus umfassendem Wissenspool im Web, dem kostenlosen Testcenter zum praktischen Ausprobieren und Entwickeln und maßgeschneiderten Hands-on-Fachseminaren trägt die VOICE Community aktiv zur Marktschulung im deutschsprachigen Raum bei."

Weitere Informationen: http://www.voice-community.de/index.aspx?page=5

Hintergrundinformationen:

VOICE Community

Die VOICE Community ist das Kompetenz-Netzwerk für Sprachdialogsysteme im deutschsprachigen Raum und richtet sich an alle, die sich für den Einsatz von Sprachautomatisierung und neuen sprachgesteuerten Mehrwertdiensten interessieren.

Das kostenlose Angebot umfasst alles, was man für den Einstieg ins VOICE Business braucht: NEWS-CHANNEL, Best Practice Beispiele, Fachbeiträge von TOP-Experten sowie Marktberichte und Analysen.

Alle Informationsangebote dienen der Informationsvermittlung und dem Wissensaustausch und sind frei von Werbeinhalten. Unterstützt wird die VOICE Community von Alcatel, Genesys, Nuance und T-Com. Herausgeber sind die Unternehmensberatungen MIND und STRATECO.

VOICE Testcenter

Das VOICE Testcenter ist ein kostenloses* Angebot der VOICE Community.

Verantwortlich für die inhaltliche Konzeption, die inhaltlichen Erweiterungen und die VOICE Testcenter Tutorials sind mind Business Consultants.

Die technische Konzeption sowie das Projektmanagement für die technische Realisation des VOICE Testcenters leistete Strateco.

*die Nutzung des VOICE Testcenters ist für alle Mitglieder der VOICE Community kostenlos. Anrufe auf der Sprachplattform kosten 12 Ct./Min. aus dem Festnetz von T-Com.

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

VOICE Community
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Weitere Informationen unter www.voice-community.de

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Community_gewinnt_mit_Alcatel_weiteren_Global_Player_als_Projektpartner_200608042983.html

http://businessportal24.com/de/a/46239

http://www.newsbyte.ch/de/news/nws137852,,.htm

http://openpr.de/news/95440/VOICE-Community-gewinnt-mit-Alcatel-weiteren-Global-Player-als-Projektpartner.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo21909.html

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/dienstleistungen/20721755.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1181

http://www.bonn-bp24.de/a/74902

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=23861

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_VOICE_Community_gewinnt_mit_Alcatel_weiteren_Projektpartner_721.html

http://at-de.i-newswire.com/pr17698.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=156275&cmd=Anzeigen

http://www.live-pr.com/voice-community-gewinnt-mit-alcatel-weiteren-r1414.htm

http://www.pr-inside.com/de/voice-community-gewinnt-mit-alcatel-weiteren-global-player-als-projektpartner-r13899.htm

http://www.marsberg-bp24.de/a/74902

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7267&query=voice_community&a=2

http://www.web4free.at/Artikel.1882

http://www.computerwelt.at/detailArticlePr.asp?a=105913&n=17

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h18550_voice_community_gewinnt_mit_alcatel_weiteren.html

http://www.commercemanager.de/magazin/news_h18550_voice_community_gewinnt_mit_alcatel_weiteren.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,31152.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_04_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://pressemitteilung.ws/node/view/11706

VOICE Contest 2006 gestartet

Teams können sich ab sofort zur Teilnahme an Europas einzigem Live-Entwicklerwettbewerb für Sprachanwendungen anmelden

Bonn, Düsseldorf, Hannover, 14.08.2006 – Zum dritten Male haben Entwicklerteams nun Gelegenheit, sich zum VOICE Contest anzumelden und im handwerklich-fachlichen Wettstreit der Öffentlichkeit zu beweisen, dass sie in nur fünf Tagen in der Lage sind, eine innovative, marktgerechte und voll funktionsfähige Sprachanwendung zu entwickeln und in Betrieb zu nehmen.

Der VOICE Contest 2006 zeigt die Kompetenz der teilnehmenden Entwicklerteams auf besonders anschauliche Weise: Am 13. Oktober, 15.00 Uhr, wird die Aufgabenstellung bekannt gegeben. Dann haben die Entwickler fünf Tage Zeit, ihre Sprachanwendungen zu realisieren, die sich am 18. und 19. Oktober auf den VOICE Days dem Testteam der Initiative VOICE BUSINESS sowie dem Publikumsvoting stellen müssen – Gewinner wird, wer im Durchschnitt aus Testergebnis und Publikumsbewertung (die auf den VOICE Days stattfindet), die höchste Gesamtpunktzahl erreicht.

„So können nur Anwendungen gewinnen, die im Testlabor ebenso gut ankommen wie beim Publikum“, betont Jens Klemann, Gründer der Initiative VOICE BUSINESS und verantwortlich für die Durchführung des VOICE Contests. „Damit bietet der VOICE Contest den teilnehmenden Unternehmen eine einzigartige Chance, ihre Entwicklerkompetenz ebenso wie die Richtigkeit ihres Lösungsansatzes der Öffentlichkeit zu beweisen und vergleichbar zu machen.“

Zugelassen zum VOICE Contest sind maximal 10 Entwicklerteams, die auch von verschiedenen Unternehmen zusammengestellt werden können. Hersteller, Systemintegratoren oder Entwickler müssen bei ihrer Bewerbung nachweisen, dass sie bereits Sprachanwendungen realisiert haben. Die Anwendungen können auf eigener Infrastruktur, bei Hostinganbietern, unter Zuhilfenahme von Hard- und Software der Sponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sowie im VOICE Testcenter der VOICE Community entwickelt und implementiert werden.

Alle Ergebnisse werden dann auf den VOICE Days unter 0800-Rufnummern der Deutschen Telekom der Öffentlichkeit zugänglich gemacht und müssen bis zum 31.12.2006 erreichbar bleiben, damit das interessierte Publikum auch im Nachgang die erstellten Lösungen in Ruhe testen und vergleichen kann.

Anmeldeschluss ist der 31.08.2006. Bei gegebener Qualifikation von mehr als 10 Teams entscheidet über die Teilnahme am VOICE Contest die Reihenfolge des Bewerbungseingangs.

Weitere Informationen: http://www.voiceward.de/contest

Anmeldeformular: http://www.voicedays.de/pdf/anmeldeform_contest_2006-07-28.pdf

Ihre Anmeldungen richten Sie bitte an:

Jens Klemann

Initiative VOICE BUSINESS

c/o STRATECO GmbH & Co. KG

Tel: 06172-9959-500

eMail: jens.klemann@strateco.de

Hintergrundinformationen

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind die mind Business Consultants, STRATECO sowie der telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem

VOICE Award auch den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im Alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wolfgang Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, Hewlett-Packard, IBM, Siemens, T-Com und VoiceObjects.

Silbersponsoren sind Acapela, Alcatel, Avaya, Eicon, FrontRange, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, Sematic Edge, Softlab, Telenet, und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind TeleTalk, absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Computer Zeitung, funkschau, MIT Technology Review, NeueNachricht, Telephone Strategy News, VDI nachrichten sowie visAvis.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind der das Call Center Forum Deutschland e.V., das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), der eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Tel: +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
eMail: bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

erschienen u.a. bei:

http://www.inar.de/blog/telekommunikation/20060814/voice-contest-2006-gestartet--teams-koennen-sich-ab-sofort-zur-teilnahme-an-europas-einzigem-live-entwicklerwettbewerb-fuer-sprachanwendungen-anmelden.html

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Contest_2006_gestartet_200608143062.html

http://openpr.de/news/96354/VOICE-Contest-2006-gestartet-Teams-koennen-sich-ab-sofort-zur-Teilnahme-an-Europas-einzigem-Live-Entwicklerwettbewerb-fuer-Sprachanwendungen-anmelden.html

http://businessportal24.com/de/a/48027

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h18749_voice_contest_2006_gestartet_-_teams_koennen.html

http://www.voipphones.de/index.php?topic=News&id=932

http://www.femity.net/news.php?id=38

http://www.marketing-boerse.de/News/details/VOICE-Contest-2006-gestartet/2944

http://www.ntz-online.de/index.php?option=content&task=view&id=3769&Itemid=2

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7383

http://www.live-pr.com/voice-contest-2006-gestartet-r1518.htm

http://pressemitteilung.ws/node/view/11997

http://www.pr-inside.com/de/voice-contest-2006-gestartet-teams-koennen-sich-ab-sofort-zur-teilnahme-an-europas-einzigem-r15020.htm

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24056

http://www.reporter7.com/de/4764/voice-contest-2006-gestartet-t.htm

http://www.web4free.at/Artikel.1907

http://pronline.at/VOICE_Contest_2006_gestartet_%96_Teams_k%F6nnen_sich_ab_sofort_zur_Teilnahme_an_Europas_einzigem_Liv.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,31641.html

http://www.bonn-bp24.de/a/86140

http://at-de.i-newswire.com/pr17851.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_14_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.politiknews.de/pn_31641.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1264

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=156605&cmd=Anzeigen

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22115.html

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Studie: Deutsche Firmen vergeuden ein drittel der Arbeitszeit

Missmanagement beginnt in der Chefetage

Von Gunnar Sohn

New York/München, www.ne-na.de, 16. August 2006 - Sie hat nach Ansicht von Dagmar Deckstein von der Süddeutschen Zeitung http://www.sueddeutsche.de inzwischen schon fast so ein bisschen Kultstatus, die alljährliche, weltweite Produktivitätsstudie der amerikanischen Unternehmensberatung Proudfoot Consulting http://www.proudfoot.de: „Auch die neueste - inzwischen die sechste seit 2001 – dürfen wieder alle diejenigen als Wasser auf ihre Mühlen betrachten, die schon lange heimlich die Fäuste in den Taschen ballen, wenn sie auf ihre Chefs zu sprechen kommen“, kommentiert Deckstein. Das mache vielleicht auch den Charme der jährlichen Proudfoot-Studien aus, dass sie mit schöner Regelmäßigkeit zur immer wieder gleichen Quintessenz kommen: „Die Manager haben zu wenig Zeit, sich um die eigentlichen Führungsaufgaben zu kümmern. Sie erledigen zu viele Arbeiten selbst, anstatt sie zu delegieren." Außerdem gingen sie zu selten in den Betrieb, um mit ihren Mitarbeitern zu sprechen. „Wie viele von diesen Mitarbeitern klatschen da nicht begeistert Beifall, nach dem Motto: endlich gibt es denen da oben jemand schriftlich, dass die sich hier nie sehen lassen, aber alles besser wissen“, so Deckstein.

Besser wissen könnte nicht nur das deutsche Management inzwischen, dass viel zu viel Zeit in den Unternehmen unproduktiv genutzt werde. Zwar bescheinige die Proudfoot-Expertise vom Juli 2006 leichte Zeichen der Besserung gegenüber den Vorjahren, aber nach wie vor werden durch zu viel Verwaltung, Doppelarbeit und endlose Konferenzen Milliarden verschwendet. Nach Analysen von Proudfoot sei es allerdings verwunderlich, dass sich fast ein Viertel der Führungskräfte für 2006 kein Ziel hinsichtlich der Steigerung der Arbeitsproduktivität gesetzt habe. Am mangelnden Bedarf für Veränderungen kann es nicht liegen. Danach werden weltweit 30 Prozent der geleisteten Arbeitzeit unproduktiv verwendet, in deutschen Betrieben verplempert jeder Mitarbeiter im Schnitt 32,5 Tage pro Jahr mit Tätigkeiten, die der Firma absolut nichts bringen.

Daraus lasse sich ein Gesamtschaden von mehr als 170 Milliarden Euro pro Jahr für die deutsche Wirtschaft ableiten - was knapp acht Prozent des Bruttoinlandsprodukts entspreche. Die Eindämmung unproduktiver Arbeit sei aber nicht nur das Problem einer bestimmten Nation oder Branche, sondern eine Herausforderung für alle. „Eines ist gewiss: die Unternehmensführung hat bei diesen Initiativen die Rolle der treibenden Kraft zu übernehmen“, fordert Proudfoot-Chef Luiz Carvalho. Investitionen, die zur Effizienzsteigerung beitragen könnten, seien Investitionen in der Informations- und Kommunikationstechnik, sofern solche Programme mit geeigneten Mitarbeitern sowie den gebotenen Verhaltens- und Organisationsveränderungen umgesetzt werden.

„Die Ergebnisse des Conference Boards bestätigen dies, aber aus unserer Umfrage wissen wir, dass viele Unternehmen diese Tatsache erst noch akzeptieren müssen. Ironischerweise steht in den Unternehmen mehr Kommunikationstechnik als je zuvor zur Verfügung, während interne Kommunikationsprobleme immer noch als größte aller Produktivitätsbarrieren eingestuft werden. Vielleicht ist es an der Zeit, die Technik zuweilen zu Gunsten persönlicher Gespräch zu vernachlässigen“, empfiehlt Carvalho. Das wäre nach Erfahrungen von Mehdi Schröder, Mehdi Schröder, Vice President Enterprise bei Ericsson Deutschland http://www.ericsson.com/de, höchst fahrlässig. „Das eine darf das andere nicht ausschließen. Die Investition in moderne Kommunikationstechnik muss allerdings als Aufgabe des kompletten Managements gesehen werden. Da sollte man die IT-Abteilung nicht alleine im Regen stehen lassen“, so Schröder. Vor allem wegen der wachsenden Mobilitäts-Anforderungen für Unternehmen, führe kein Weg an der Einführung von leistungsfähigen ortsunabhängigen Kommunikationssystemen vorbei. „Die Integration von Sprache und Daten, die Migration von Kommunikationssystemen über das Internet Protokoll, die Verschmelzung von Nebenstellen der klassischen TK-Anlage und IP-Telefonie mit mobiler Kommunikation muss zur Chefsache erklärt werden“, fordert Schröder.

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de und Geschäftsführer der Düsseldorfer Firma Mind Business Consultants http://www.mind-consult.net, ist von den Ergebnissen der Studie nicht überrascht. „Der Befund von Proudfoot legt den Finger in die Wunde: Es fehlt im Top-Management am Bewusstsein, dass nicht nur in der industriellen Fertigung, sondern auch für die Erbringung von Dienstleistungen die Arbeitsproduktivität wichtig ist. Ein Beispiel: Zwar werden heute die Abläufe in vielen Call Centern nach Effizienzkriterien organisiert, in den dahinterliegenden Verwaltungseinheit wird jedoch oftmals noch gefertigt wie in den altehrwürdigen Manufakturbetrieben. Produktivitätszuwächse lassen sich durch die Neugestaltung der Service-Prozesse erreichen. Erst allmählich beginnen Unternehmen ihre Call Center in die Gesamtstruktur des restlichen Unternehmens zu integrieren. Diese Eingliederung kann eine Revolution in der Bearbeitung von Kundenabläufen bewirken“, sagt Steimel. Auch für die Dienstleister der Call Center-Branche stelle das eine neue Herausforderungen dar, denn sie müssten ihre Prozesskompetenz erhöhen und die Integration der Back Office-Systeme ihrer Auftraggeber in ihre eigenen Kundenprozesse vorantreiben und auf die richtige Mischung setzen: „Anrufvorqualifizierung so früh wie möglich und bereits im intelligenten Netz, Automatisierung einfacher, rekurrierender Dienste und hochwertige Beratungs- und Verkaufsgespräche mit spezialisierten Agenten für werthaltige Kunden“, führt Steimel weiter aus.

Moderne Technik alleine könne Unternehmen nicht produktiver machen, glaubt Michael Sander von der Lindauer Unternehmensberatung Terra Consulting Partners http://terraconsult.de: „Salopp ausgedrückt, E-Mails machen Kommunikation nur schneller, nicht notwendigerweise besser oder richtiger. Gerade Grossunternehmen haben aber mit Strategie, Umsetzung und Führung enorme Probleme, die sich gerade nicht mit Technik lösen lassen, da diese Probleme meist in den handelnden Personen liegen. Falsche Markteinschätzungen und unternehmerische Fehleinschätzungen liegen nicht an der eingesetzten ERP-Software oder der Architektur des Intranet“. Informationstechnik und Telekommunikation sei ein „kommunikatives Schmiermittel“ in Unternehmen – nicht mehr und nicht weniger. „In einer globalen Welt ist das technische Niveau allerdings so hoch, dass man leicht in Versuchung gerät, die hohe Komplexität und den hohen technologischen Anspruch gleichbedeutend mit Einfluss auf die Produktivität zu setzen. Dem ist aber ganz und gar nicht so. Jedes Unternehmen braucht im modernen Wettbewerb die möglichst modernste Technologie, um gegen die besten Wettbewerber mithalten zu können. Allerdings sind die besten Wettbewerber nicht die besten, weil sie die beste Technologie haben, sondern die besten Köpfe – im Sinne von Stratege, Umsetzern und Unternehmensführern“, resümiert Sander.

erschienen u.a. bei:

http://www.computerpartner.de/knowledgecenter/management_karriere/234491/index.html

http://openpr.de/news/96580/Studie-Deutsche-Firmen-vergeuden-ein-Drittel-der-Arbeitszeit-Missmanagement-beginnt-in-der-Chefetage.html

http://businessportal24.com/de/a/48461

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1273

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22158.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/12059

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060816013

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7373

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/6EB20ECEDB91A317C12571CC0038E8E5?OpenDocument

http://www.pr-inside.com/de/studie-deutsche-firmen-vergeuden-ein-drittel-der-arbeitszeit-missmanagement-beginnt-in-der-chefetage-r15238.htm

http://terraconsult.de/index.php?id=63&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=109&tx_ttnews%5BbackPid%5D=14

http://www.themenrelevanz.de/beruf-und-karriere/berufe/21764467.html

http://www.live-pr.com/studie-deutsche-firmen-vergeuden-ein-r1537.htm

http://www.reporter7.com/de/4807/studie-deutsche-firmen-vergeude.htm

http://www.digital-business-magazin.de/index.php3?page=news-show_neu.php3&naechster=9627

http://www.dashoefer.de/cgi-bin/news_more/news_more.pl?mitte=01&rechts=Detail&Article_ID=27147&NEWSCLASS_ID=%2025

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=156668&cmd=Anzeigen

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/812/1155717004.html

http://www.ltl-maschinenbau.de/pn_31740.htm

http://www.web4free.at/Artikel.1914

http://www.femity.net/news.php?id=48

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,31740.html

http://www.pr-inside.com/de/print15238.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr17878.html

http://www.muenchen-bp24.de/a/86503

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Studie:_Deutsche_Firmen_vergeuden_ein_Drittel_der_Arbeitszeit__768.html

http://www.businessworld.de/2006/08/16/missmanagement-beginnt-in-der-chefetage-kommunikationstechnik-ist-kein-garant-fur-produktivitat/

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060816013&phrase=steimel

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060816013&phrase=steimel

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_16_HandelWirtschaftFinanzen_1.txt

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=31171118

Dialog-Marketing zwischen Automatisierung und persönlicher Ansprache:

Wie Unternehmen den Kundenservice optimal gestalten können

Düsseldorf/Bonn/Bad Homburg, 16. August 2006 - Durch die optimale Kombination von Anrufvorqualifizierung, Teil- und Sprachautomatisierung sowie hochwertigen Agentenservices können Unternehmen heute den Kundenwert und ihre Kundenkontaktkosten ins Gleichgewicht bringen - und zugleich höheren Kundennutzen schaffen: „Unternehmen sind heute gezwungen, Kundenströme unter Maßgabe des Kundenwert-Managements intelligent zu steuern. Für die Telekommunikation heißt das konkret, Servicerufnummern zu konsolidieren - eine Nummer für viele Dienste - und neue Infrastrukturen für die flexible Tarifierung von Serviceleistungen aufzubauen. Damit steigen auch für die Call Center-Dienstleister an der Direktmarketing-Front die Anforderungen. Während die einen dem Kostendruck mit der Auslandsverlagerung von Call Center-Arbeitsplätzen begegnen, versuchen andere, höherwertige Dienstleistungen bis zum kompletten Outsourcing von Kundenprozessen anzubieten. Sie setzen auf bessere IT-Lösungen, höhere Prozess- und Datenintegration und intelligentere Marketingstrategien“, so die Erfahrung von Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de und Geschäftsführer des Düsseldorfer Beratungshauses Mind Business Consultants. Dazu müsse man das gesamte Spektrum vom telefonischen Self Service über die Integration von Web- und Multimedia-Diensten bis hin zum hoch qualifizierten Agentenservice abdecken. „Die optimale Kombination von Intelligenten Netzen, Automatic Call Distribution (ACD) mit Sprachcomputern und Agenten-basierten Services wird zum Erfolgsfaktor“, weiß Steimel.

Die Guten ins Töpfchen, die Schlechten ins Kröpfchen

Die SNT Deutschland AG, zweitgrößter Costumer Service Provider Deutschlands, lässt sich ihre Dienste nach zu betreuenden Kunden mit einem monatlichen Festbetrag honorieren. „Das erlaubt uns, Prozesse zu automatisieren, ohne unsere Umsätze zu gefährden“, so Michael Ridder, COO der SNT: „Kontakte, die nicht werthaltig sind, versuchen wir zunehmend zu automatisieren, um den höherwertigen Kunden gleichzeitig bessere, Agenten-gestützte Services anbieten zu können.“ Dazu setzt die SNT auf genaue Kontaktdatenanalyse und die Computer-Telefon-Integration (CTI).

„Wir klassifizieren die Kunden auf Basis der Daten, die wir von unseren Auftraggebern erhalten, nach Wert und Potenzial und legen Tabellen an, die in der CTI hinterlegt werden. Die Anrufnummer wird dann mit dieser Tabelle gematcht und der Anruf mitsamt seinen Daten zum vordefinierten Agenten-Team geroutet. So gelangen Kunden mit hohem Upselling-Potenzial direkt zu unseren Sales-Experten.“ Das lohnt sich, so Ridder: „Durch Customer Value Based Routings konnten wir unsere Upselling-Quoten von 10% auf 30% steigern.“ Zugleich biete dieses Verfahren auch verschiedene Möglichkeiten, „schlechte“ Kunden entsprechend der von ihnen verursachten Kosten und ihres Potenzials zu bedienen: Einfache oder wiederkehrende Prozesse übernimmt ein Sprachcomputer. Nicht wertschöpfende Daueranrufer, die unbedingt Agenten sprechen wollen, müssen eben so lange in der Warteschleife bleiben, bis keine wertvolleren Kunden mehr vor ihnen sind.

Besonders hochwertige Kunden mit viel Potenzial werden bei SNT hingegen von hochqualifizierten Agenten bedient. Ridder betont: „Die Segmentierung der Anrufer wird dabei immer feiner, vorausgesetzt der Auftraggeber stellt uns die notwendigen Daten zur Verfügung. Wo früher allenfalls nach VIP- und Businesskunden unterschieden wurde, unterteilen wir die Anrufer heute nach Kaufverhalten, Wert, Potenzial und Vorlieben. Diese Segmentierung hat erstaunlich wenig Einfluss auf die Kundenzufriedenheit, zeitigt aber insbesondere im Cross- und Upselling große Erfolge. Als Anbieter können wir so einerseits die Anforderungen unserer Auftraggeber nach höherer Automatisierung bei gleichzeitig steigender Anrufqualität erfüllen – was wiederum unserem Geschäftsmodell zugute kommt“, betont Ridder. Daher rät er seinen Auftraggebern auch, die Segmentierung weiter zu verfeinern und mit entsprechender Tarifierung zu verknüpfen mit dem Ergebnis, dass wertniedrige, aber anrufintensive Kunden anders tarifiert werden als wertschöpfende.

Prozesskompetenz und IT-Unterstützung

Einen Schritt weiter geht die D+S Europe AG in Hamburg. Das Unternehmen, das im Jahr 35 Millionen Kundenkontakte abwickelt, setzt voll auf intelligentes Routing im Netz, Sprachautomatisierung und hochwertige Agentenservices. COO Tobias Hartmann erläutert: „Wegen der Integration von Multimedia- und Web-Diensten, Mobilfunk und Festnetz wird das Management von Kundenkontakten immer komplexer. Für einen erfolgreichen Kundenkontakt müssen alle Kundendaten und Statusinformationen verfügbar sein, weil die Kunden erwarten, dass unabhängig von Kontaktkanal und Uhrzeit eine einheitliche, hohe Servicequalität erbracht wird." Für die Kontaktanbahnung werden die verschiedenen Kanäle daher in einer entsprechenden Rufnummernlogik umgesetzt, die sich dann in entsprechenden Services widerspiegelt (Contact Routing verteilt die Anrufe auf teilautomatisierte Lösungen, Self Service-Angebote und Agentenservices). Dabei versucht D+S über seine Tochter dtms Solutions die Anrufervorqualifizierung schon im Intelligenten Netz vorzunehmen, um dem Anrufer das lästige Eingeben von Kunden-ID oder PIN zu ersparen und Zeit zu gewinnen, die sich auf die Anruferzufriedenheit auswirkt. Die Qualifizierung erfolgt auf Basis der Schnittstelle, hier fällt die Entscheidung, ob ein Kunde zum Sprachcomputer oder zum Agenten geroutet wird.

Dazu ist zwar eine hohe prozessuale und technische Kompetenz erforderlich, dafür erhöhe sich laut Hartmann aber nicht nur die Contact Center-Effizienz, sondern auch der Wert des Kundenkontakts für den Auftraggeber: „Wir stellen fest, dass in vielen Branchen, für die wir tätig sind, die Sales-Orientierung gegenüber der reinen Service-Ausrichtung stark an Bedeutung gewinnt. Und dazu steigt auch noch das Anrufvolumen insgesamt – im Dialog mit dem Sprachportal ebenso wie mit den Agenten. Aber auch die Kunden schätzen unsere Strategie", resumiert Hartmann, „sie haben zum einen nichts dagegen, einfache Services in der Sprachanwendung selber zu erledigen und schätzen zugleich die hochwertigen Agentenkontakte mit ihrer fundierten Beratung und passenden Cross- und Upselling-Angeboten."

D+S Europe wird daher in Zukunft noch mehr auf integrierte, IT-basierte Services im Intelligenten Netz und mit hochqualifizierten Agenten setzen. „Wir werden weiter in die Verlagerung der ACD-Funktionalitäten ins Intelligente Netz investieren, da hier jeder Sekundenbruchteil in der Vorqualifizierung ebenso wie für die Datenübergabe in den Schnittstellen zählt. Diese werden wir optimieren und weiterentwickeln, damit die CRM-Systeme unserer Auftraggeber in unserer Plattform abbildbar werden. Auch arbeiten wir daran, die Steuerungskompetenz über die gesamte Kundenkontaktprozesskette weiter zu erhöhen. Und dann wollen wir die Technologie natürlich auch internationalisieren – denn auch die 10 Millionen ausländischen Mitbürger in Deutschland wollen wir optimal bedienen können."

Kundenserviceprovider bekommen Konkurrenz

Die T-Com bewältigt zwei wichtige Punkte in der technologiebasierten Kundenkontaktabwicklung: Zum einen hat sie direkten Zugriff auf das Intelligente Netz, zum anderen verfügt sie über valide Daten von vielen Verbrauchern. Ein Beispiel ist die 0800-330100 der T-Com. Diese intensiv beworbene Nummer wird von über 300.000 Anrufern am Tag angewählt, die die verschiedensten Interessen haben, die teilweise nicht einmal den Anbieter betreffen: Tausende wählen diese Nummer, obwohl sie ein Anliegen an T-Mobile oder T-Online haben. Anrufer, die tatsächlich zur T-Com wollen, haben unterschiedlichste Interessen von der Tarifänderung über die Rechnungsreklamation bis hin zur Störungsmeldung. Diese Anrufe mussten bisher in Call Centern abgefangen und von Agenten weitervermittelt werden, was neben beträchtlichen Personalkosten auch relevante Interconnectionkosten zwischen den verschiedenen Abteilungen und Anbietern unter dem Dach der Deutschen Telekom verursachte.

„Inzwischen ist eine einfache Sprachanwendung im Intelligenten Netz dazwischengeschaltet, die das Ansinnen der Anrufer identifiziert und diese noch im Netz zu den richtigen Agenten in verteilten Call Centern ebenso weiterleitet wie an Heimarbeiter oder Außendienstmitarbeiter – im Festnetz ebenso wie in den Mobilfunknetzen", sagt Jens Klemann von der Bad Homburger Unternehmensberatung

Strateco. Das schaffe Zufriedenheit bei den Agenten, die nicht mehr als Anrufvermittler agieren müssen, ebenso wie bei den Anrufern, die nun schneller ihr Anliegen mit dem richtigen Ansprechpartner erledigen könnten. Und natürlich bei der T-Com, die erhebliche Summen an Arbeits- und Telefonkosten einspare. Sven Klindworth, Marketing Manager Contact Routing Solutions bei der T-Com, ist sich daher auch sicher, dass diese Dienste weiter ausgebaut werden: „ACD im Netz ist heute schon die am besten verkaufte netzbasierte Contact Center Lösung der T-Com. Wir setzen daher in Zukunft darauf, die Kundensegmentierung zu verfeinern und mit Sprachlösungen Dienste wie zum Beispiel die DSL-Verfügbarkeitsabfrage zu automatisieren."

„Die Erfahrungen von SNT, D+S und T-Com zeigen, dass über das gesamte Kontinuum des Kundenkontakts hinweg die Konvergenz der Netze, das Routing in Intelligenten Netzen und der Einsatz spezialisierter Agententeams für hochwertige Dienste die Kundenkontaktintensität, -qualität und –wertigkeit steigert. Dazu müssen Call Center-Betreiber jedoch ihre Prozesskompetenz erhöhen und die Integration der Back Office-Systeme ihrer Auftraggeber in ihre eigenen Kundenprozesse vorantreiben und auf die richtige Mischung setzen: Anrufvorqualifizierung so früh wie möglich bereits im Intelligenten Netz, Automatisierung einfacher, rekurrierender Dienste, und hochwertige Beratungs- und Verkaufsgespräche mit spezialisierten Agenten für werthaltige Kunden. So entsteht aus der Verbindung von wachsender Kenntnis der Kunden, ihres Verhaltens und ihrer Potenziale mit innovativer Informations- und Kommunikationstechnologie das wertgetriebene sogenannte One-to-One-Marketing der Zukunft", resümiert Steimel.

Hintergrundinformationen

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind die mind Business Consultants, STRATECO sowie der telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem VOICE Award auch den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im Alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wolfgang Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, Hewlett-Packard, IBM, Siemens, T-Com und VoiceObjects.

Silbersponsoren sind Acapela, Alcatel, Avaya, Eicon, FrontRange, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, Sematic Edge, Softlab, Telenet, und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind TeleTalk, absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Computer Zeitung, funkschau, MIT Technology Review, NeueNachricht, Telephone Strategy News, VDI nachrichten sowie visAvis.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind der das Call Center Forum Deutschland e.V., das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), der eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Tel: +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
eMail: bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

erschienen u.a. bei:

http://www.marketing-trendinformationen.de/news/31008/index.html

Gaming-Konsolen:

Der neue Trend heißt Sprachsteuerung - Mit Sprachchips in neue Spielwelten eintauchen

Bonn, www.ne-na.de, 18. August 2006 - Shigeru Miyamotos, Urgestein der Gaming-Szene und Entwickler von Meilensteinen der Daddel-Welt wie "Donkey Kong" oder Nintendo DS http://www.nintendo-europe.com, hat in einem kürzlich erschienenen Interview darauf hingewiesen, dass ohne neue User Interfaces keine neuen Zielgruppen für die Produkte der Spielkonsolenhersteller zu erschließen seien: „Ich habe in den letzten Jahren festgestellt, dass die Kluft zwischen Menschen, die Videospiele spielen und Menschen, die das nicht tun, immer größer wird. Diese Kluft will ich verkleinern, indem ich Videospiele erschaffe, die alle Menschen spielen können. Mit den Inputmechanismen des DS, zum Beispiel dem Touchscreen oder dem Mikrofon, ist es mir erstmals gelungen, eine sehr intuitive Art der Steuerung zu entwickeln. Wer nur einmal den Kopf eines Hundes in ‚Nintendogs' mit dem Stylus gestreichelt hat, will eigentlich nie mehr zurück zur normalen Button-Steuerung, weil sie einfach nicht das Gefühl vermitteln kann, zu streicheln. Das ist meine Philosophie von technischem Fortschritt: Mir geht es nicht um Prozessorleistung, sondern darum, neue und intuitive Interfaces zu erschaffen."

Nintendo ist, so ergab die Recherche der Brancheninitiative Voice Business, unangefochtener Vorreiter bei der Entwicklung neuer User Interfaces: „Mit Wii wird Ende des Jahres erstmals eine vollkommen intuitive Nutzerschnittstelle auf den Markt kommen, die wirklich jedermann bedienen kann, ohne Handbücher über die Funktionsbelegung von Knöpfen auswendig lernen zu müssen: Anders als bei allen bisherigen Videospielen lässt nicht mehr der Druck des Daumens, sondern der Schwung des Arms einen Baseball aus dem Stadion fliegen oder ein Schwert durch die Luft schwingen. Wii steht also für eine neue Gaming-Generation, in der Spieler nicht nur ihre Charaktere auf dem Bildschirm steuern, sondern wirklich Teil des Spiels werden", so Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business, die auf dem Bonner Fachkongress „Voice Days" vom 18. bis 19. Oktober 2006 die wichtigsten Trends des Mensch-Maschine-Dialogs vorstellt. Mit dem Spiel Nintendogs und dem dazugehörigen Controller Nintendo DS führte Nintendo die Sprachsteuerung in die Gaming-Welt ein: „Die Spieler können ihr Hundebaby füttern, streicheln, Gassi führen, baden, mit ihm spielen und ihm Tricks beibringen, indem sie ihm über das Mikrofon und den Touchscreen Kommandos geben. Dieses Nutzerinterface überzeugte bisher rund sechs Millionen Käufer – ein klares Indiz, dass Schnittstellen, die auf 'normale' Aktionen des Spielers und nicht auf Knöpfe setzen, einen riesigen Markt finden", prognostiziert Steimel. Die User Interfaces der Nintendo-Konkurrenz seien noch im Rückstand: Sony biete zwar mit ITOYS eine Bewegungssteuerung per Kamera an, die intuitiv zu bedienen sei und die sich auch recht gut verkaufte, manche Nutzer klagten jedoch über schlechte Funktionen: Die Bewegungen, die der Spieler ausführe, werden wohl nicht in allen Fällen von der Kamera richtig erfasst und im Spiel umgesetzt. Sprachsteuerung habe Sony nach Auskunft der Pressestelle noch nicht im Programm. „Microsoft hat in der X-Box-Steuerung ein Mikrofon eingebaut, es kann aber nur in wenigen Spielen wie ‚Gears of War' zur Steuerung des Spielgeschehens eingesetzt werden. Und dort auch nur limitiert: Befehle wie ‚Leg dich hin!' oder ‚Schieß!' werden von den Soldaten befolgt, Zocker berichten aber, dass die verfügbaren Befehle nicht ausreichten, um komplett und ausschließlich mit der Sprachsteuerung zu spielen", berichtet Steimel.

Fazit der Brancheninitiative: „Innovation findet derzeit primär im Erfassen und Verarbeiten von Bewegung statt, kaum jedoch in einem innovativen Einsatz von moderner Sprachtechnik. Wo Mikrofone vorhanden sind, werden sie primär zur Kommunikation zwischen vernetzten Spielern eingesetzt. Sprachsteuerung ist demnach noch kein Mega-Trend in der Spielkonsole-Industrie. Zwar sind die aktuellen Konsolen ‚sprachfähig', aufgrund der fehlenden Integration von Befehlsvokabularien in die Spiele jedoch werden die Möglichkeiten, die Sprachsteuerung etwa für Strategiespiele bietet, nicht ausgeschöpft. Beispiele wie Nintendogs zeigen aber, dass die Sprachsteuerung enormes Potenzial besitzt, wenn Spiele konzeptionell darauf ausgerichtet und gezielt dafür entwickelt wurden", so Steimel. Wenn die Hersteller mit der intuitiven Nutzerschnittstelle „Sprache" neue Zielgruppen an das Videospielen heranführen wollen, müssten sie darauf ausgerichtete Spiele entwickeln und die

beliebten Strategiespiele mit umfangreichen Befehlsvokabularien versehen. Eine Meldung vom medienbüro.sohn. Für den Inhalt ist das medienbüro.sohn verantwortlich.

erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/96846/Gaming-Konsolen-Der-neue-Trend-heisst-Sprachsteuerung-Mit-Sprachchips-in-neue-Spielwelten-eintauchen.html

http://www.pr-inside.com/de/gaming-konsolen-der-neue-trend-heisst-sprachsteuerung-mit-sprachchips-in-neue-spielwelten-eintauchen-r15550.htm

http://www.newsbyte.ch/de/news/nws137998,,.htm

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060818009

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1289

http://www.live-pr.com/gaming-konsolen-der-neue-trend-hei-t-r1555.htm

http://www.reporter7.com/de/4853/gaming-konsolen-der-neue-trend.htm

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22205.html

http://de.biz.yahoo.com/18082006/295/gaming-konsolen-trend-heisst-sprachsteuerung-0.html

http://www.jff.de/merz/detail.php?abteilung_id=&bereich_id=&beitrag_id=3530

http://www.businessportal24.com/de/a/48977

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-08/artikel-6869168.asp

http://derstandard.at/Text/?id=2555481

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/FEF7E556E4595723C12571CE00337C46?OpenDocument

http://pressemitteilung.ws/node/view/12115

http://www.web4free.at/Artikel.1920

http://pressetext.at/pte.mc?pte=060818009

http://at-de.i-newswire.com/pr17901.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_18_ITSoftware_1.txt

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/computerspiele/21936383.html

http://www.tarifecheck.at/index.php?rubrik=start&p=news&go=de&land=at&news=GamingKonsolen_Der_neue_Trend_heit_Sprachsteuerung_2997

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Gaming-Konsolen:_Der_neue_Trend_hei%DFt_Sprachsteuerung__779.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=156715&cmd=Anzeigen

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,31854.html

http://www.bonn-bp24.de/a/86883

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24143

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7420&query=steimel&a=1

http://www.lizzy-online.de/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=5380&mode=thread&order=0&thold=0

http://www.net-tribune.de/article/210806-02.php

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=31304067

Geräte gehorchen aufs Wort:

Automatische Spracherkennung für Maschinen, Autos, Spielzeuge, Logistik, Bestellsysteme, Marketing, Medizin oder Haustechnik

Professor Wahlster: Einstieg für Firmen so günstig wie nie

Köln/Bonn, 24. August 2006 - Neue Kunden gewinnt Diane Hirschfeld nach einem Bericht der Zeitschrift Impulse mit einer überzeugenden Demonstration. „Ruft sie in ihrem Büro ‚Licht an', geht sofort die Beleuchtung an". Oder die Kaffeemaschine fragt den Besucher nach seinen Wünschen: „Espresso, Kaffee oder Durstlöscher". Nach verrichteter Arbeit verabschiedet sich der Automat mit einem freundlichen „Lassen Sie es sich schmecken": „So zeigen wir Firmen, was mit Sprachsteuerung heute möglich ist", sagt die Geschäftsführerin der Voiceinterconnect GmbH http://www.voiceinterconnect.de gegenüber Impulse. Die geballte Nachfrage nach so genannten Soundchips habe ihren Grund: Firmen könnten ihren Geräten und Maschinen jetzt kostengünstig beibringen, auf Zuruf zu reagieren, zu antworten oder in verständlicher Form zu informieren. „Möglich machen das kleine Sprachmodule - so genannte Embedded Systems. Diese mit Software voll gepackten Minichips sind inzwischen besonders leistungsfähig und auch für aufwendige Sprachlösungen einsetzbar. Davon profitieren nicht nur die Gerätehersteller, sondern auch viele Zulieferer, Dienstleister und Handwerker", berichtet Impulse. Die neue Technik gebe den Unternehmen die Möglichkeit, ihren Kunden smarte Lösungen für die Steuerung von Geräten anzubieten, weiß Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die am 18. und 19. Oktober im Alten Bundestag in Bonn den größten europäischen Fachkongress für Sprachtechnik unter dem Titel Voice Days http://www.voicedays.de veranstaltet.

Im praktischen Einsatz bewährten sich Sprachsteuerungen bereits in vielen Bereichen. Im neuen Ford Fiesta könne der Fahrer per Zuruf die Lautstärke des Radios einstellen, die Heizung regeln, das Telefon bedienen. Medizintechnikanbieter Siemens Medical Solutions baue Sprachsteuerungen in Operationsgeräte ein. Der Arzt könne mit Kommandos Einstellungen am Monitor vornehmen. Die Dr. Hein GmbH in Nürnberg rüstet für behinderte Menschen Rollstühle und Telefone mit einer Sprachsteuerung aus. Nach Angaben von Geschäftsführer Achim Hein habe sein unternehmen im Vergleich zum Vorjahr rund 25 Prozent mehr Umsatz gemacht. Jetzt wolle seine Firma den Markt für sprachgesteuerte Haustechnik erobern. Für viele Anwender beginnen nach Ansicht von Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Instituts des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de (DFKI) und Schirmherr der Voice Days, gute Zeiten: „Über sprachbasierte Bestellsysteme und Marketingkampagnen können Unternehmen ihre Umsätze steigern. Der Zeitpunkt für einen Einstieg ist günstig. Sprachapplikationen haben sich in den vergangenen zwei Jahren rasant weiterentwickelt. Große Investitionen sind mehr erforderlich. Heute können Firmen eine Sprachautomatisierung ohne große Investitionen realisieren, die Folgekosten sind gering und die Technik funktioniert jetzt wirklich. Zudem besteht die Möglichkeit, die Systeme auf Mietbasis einzuführen, so dass auch Mittelständler den Zugang zu dieser Technologie bekommen", erklärt Wahlster. Gute Möglichkeiten für Sprachsteuerungen sieht Klaus Dietz von der Beratungsgesellschaft Inloq Voice Solutions http://www.inloq.com bei Anwendern, die wie beim Autofahren nicht abgelenkt werden dürfen. Wenn bei der Arbeit keine Hand fürs Schreiben frei sei, etwa bei der Paketsortierung. Oder wenn die Steuerung von Maschinen bei Arbeiten im Schutzanzug schwierig sei.

Die Anwendungspalette reiche noch weiter: Selbst aufwendige Sprachdialoge lassen sich für interaktive Spielzeuge kostengünstig per Massenchip realisieren. „Clevere Firmen entwickeln damit Lernspielzeuge: Kinder können Fragen stellen und beantworten oder dem Spielgerät Anweisungen geben, worauf es durch eine Antwort oder Aktion reagiert", empfiehlt die Zeitschrift Impulse. Auch für die Sicherheit in Autos gebe es gute Einsatzmöglichkeiten: „Zulieferer der Automobilindustrie profitieren von einer neuen Technik, die digitale Daten in Sprache umsetzt (Text-to-Speech). Wie

Navigationssysteme, die beim Abbiegen die Straßennamen nennen oder über Staus informieren. Produkte mit Perspektiven: beim Fahren durch Zuruf Sicherheitsfunktionen überprüfen (‚Ist der Reifendruck in Ordnung?') oder Warnhinweise vom Auto (‚Zu wenig Öl')", schreibt Impulse. Marktideen wären auch für Maschinenbauer denkbar: „Durch eine Sprachsteuerung lassen sich ihre Geräte auch in schmutziger Arbeitsumgebung sicher einstellen. Oder: Sie geben per Sprache Warnhinweise und machen auf Funktionsmängel aufmerksam. Weite Einsatzbereiche eröffnen sich in der Logistik: per Zuruf am Fließband den Materialfluss steuern oder im Lager entnommene Waren dokumentieren", so Impulse.

Nach Analysen von Jens Klemann, Geschäftsführer der Bad Homburger Unternehmensberatung Strateco http://www.strateco.de und Mitinitiator der Bonner Voice Days, seien die Marktideen keine Hirngespinste. „Die Sprachtechnik der neuen Generation wird schon in vielen Unternehmen genutzt. Rund um die Uhr sind die flinken Helfer bereits im Einsatz: Sprachcomputer informieren präzise über Bahnverbindungen, geben Kinotipps, nehmen Bestellungen entgegen, beraten Kunden kompetent bei der Installation technischer Geräte, erfassen Zählstände, reservieren Tickets, vergeben sichere Passwörter, erinnern Schuldner an ausstehende Zahlungen und sie erledigen unzählige Aufgaben mehr", sagt Klemann. Ein weites Anwendungsfeld sieht er auch innerhalb von Unternehmen: „So können Außendienstmitarbeiter per Sprachdialogsystem jederzeit schnell klären, ob ein vom Kunden gewünschtes Produkt auch sofort lieferbar ist. Monteure geben nach Abschluss der Arbeiten ihre Stundenzettel an einen Sprachcomputer durch und die Firma stellt noch am selben Tag die Rechnung". Auch das Kostenargument dürfe nicht vernachlässigt werden. „Zwischen 5 und 20 Euro geben Unternehmen inzwischen für jede individuelle Kundenberatung über ein Call Center aus. In der Vergangenheit hat man oftmals versucht, die Kosten durch Auslagerung in Niedriglohnländer zu reduzieren. Immer mehr Firmen entdecken den Einsatz von automatischer Sprachtechnik als neue Alternative. In der richtigen Mischung mit Call Center-Agenten für die komplexeren und beratungsintensiven Geschäftsvorfälle ist man auch am ‚teuren' Standort Deutschland in der Lage, Kundenservice zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten", betont Klemann.

Hintergrundinformationen

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind die mind Business Consultants, STRATECO sowie der telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem VOICE Award auch den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im Alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. mult. h.c. Wolfgang Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, Hewlett-Packard, IBM, Siemens, T-Com und VoiceObjects.

Silbersponsoren sind Acapela, Alcatel, Avaya, Eicon, FrontRange, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, Sematic Edge, Softlab, Telenet, und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind TeleTalk, absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Computer Zeitung, funkschau, MIT Technology Review, NeueNachricht, Telephone Strategy News, VDI nachrichten sowie visAvis.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind der das Call Center Forum Deutschland e.V., das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), der eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Tel: +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
eMail: bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Computer/Computer/Geraete_gehorchen_aufs_Wort:_200608253134.html

http://www.businessportal24.com/de/a/50313

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22339.html

http://openpr.de/news/97632/Geraete-gehorchen-aufs-Wort-Automatische-Spracherkennung-fuer-Maschinen-Autos-Spielzeuge-Logistik-Bestellsysteme-Marketing-Medizin-oder-Haustechnik-Professor-Wahlster-Einstieg-fuer-Firmen-so-guenstig-wie-nie.html

http://www.pr-inside.com/de/geraete-gehorchen-aufs-wort-automatische-spracherkennung-fuer-maschinen-autos-spielzeuge-logistik-bestellsysteme-marketing-medizin-oder-r16257.htm

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-72876.html

http://www.live-pr.com/ger-te-gehorchen-aufs-wort-r1596.htm

http://pressemitteilung.ws/node/view/12286

http://at-de.i-newswire.com/pr17999.html

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/?w=det&ID=24284

http://www.elektro.de/index.php?content_id=5722

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,32175.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=156883&cmd=Anzeigen

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1358

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Ger%E4te_gehorchen_aufs_Wort%3A__812.html

http://www.web4free.at/Artikel.1941

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7469&query=klemann&a=1

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_25_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/hardware/22531581.html

http://www.reporter7.com/de/4952/geraete-gehorchen-aufs-wort-auto.htm

http://www.contentmanager.de/magazin/news_h19049_geraete_gehorchen_aufs_wort_automatische.html

http://www.ltl-maschinenbau.de/pn_32175.htm

http://www.elektronikbranche.de/

„Der Kaffee ist fertig“:

Geräte mit Sprachchips als flinke Helfer

Automaten reagieren auf Zuruf, antworten und informieren

Köln/Bonn, 25. August 2006 - Neue Kunden gewinnt Diane Hirschfeld nach einem Bericht der Zeitschrift Impulse mit einer überzeugenden Demonstration. "Ruft sie in ihrem Büro 'Licht an', geht sofort die Beleuchtung an". Oder die Kaffeemaschine fragt den Besucher nach seinen Wünschen: "Espresso, Kaffee oder Durstlöscher". Nach verrichteter Arbeit verabschiedet sich der Automat mit einem freundlichen "Lassen Sie es sich schmecken": "So zeigen wir Firmen, was mit Sprachsteuerung heute möglich ist", sagt die Geschäftsführerin der Voiceinterconnect GmbH http://www.voiceinterconnect.de gegenüber Impulse. Die geballte Nachfrage nach so genannten Soundchips habe ihren Grund: Firmen könnten ihren Geräten und Maschinen jetzt kostengünstig beibringen, auf Zuruf zu reagieren, zu antworten oder in verständlicher Form zu informieren.

"Möglich machen das kleine Sprachmodule - so genannte Embedded Systems. Diese mit Software voll gepackten Minichips sind inzwischen besonders leistungsfähig und auch für aufwendige Sprachlösungen einsetzbar. Davon profitieren nicht nur die Gerätehersteller, sondern auch viele Zulieferer, Dienstleister und Handwerker", berichtet Impulse in der Septemberausgabe. Die neue Technik gebe den Unternehmen die Möglichkeit, ihren Kunden smarte Lösungen für die Steuerung von Geräten anzubieten, weiß Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die am 18. und 19. Oktober im Alten Bundestag in Bonn den größten europäischen Fachkongress für Sprachtechnik unter dem Titel "Voice Days" http://www.voicedays.de veranstaltet.

Sprachsteuerungen sich bereits im praktischen Einsatz: Im neuen Ford Fiesta könne der Fahrer per Zuruf die Lautstärke des Radios einstellen, die Heizung regeln oder das Telefon bedienen. Medizintechnikanbieter Siemens Medical Solutions http://www.medical.siemens.com baue Sprachsteuerungen in Operationsgeräte ein. Der Arzt könne mit Kommandos Einstellungen am Monitor vornehmen. Die Dr. Hein GmbH http://www.dr-hein.com in Nürnberg rüstet für behinderte Menschen Rollstühle und Telefone mit einer Sprachsteuerung aus. Nach Angaben von Geschäftsführer Achim Hein habe sein Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr rund 25 Prozent mehr Umsatz gemacht.

Für viele Anwender beginnen nach Ansicht von Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Instituts des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de (DFKI) und Schirmherr der Voice Days, gute Zeiten: "Über sprachbasierte Bestellsysteme und Marketingkampagnen können Unternehmen ihre Umsätze steigern. Der Zeitpunkt für einen Einstieg ist günstig. Sprachapplikationen haben sich in den vergangenen zwei Jahren rasant weiterentwickelt. Große Investitionen sind mehr erforderlich. Heute können Firmen eine Sprachautomatisierung ohne große Investitionen realisieren, die Folgekosten sind gering und die Technik funktioniert jetzt wirklich. Zudem besteht die Möglichkeit, die Systeme auf Mietbasis einzuführen, so dass auch Mittelständler den Zugang zu dieser Technologie bekommen", erklärt Wahlster im Gespräch mit pressetext. Gute Möglichkeiten für Sprachsteuerungen sieht Klaus Dietz von der Beratungsgesellschaft Inloq Voice Solutions http://www.inloq.com bei Anwendern, die wie beim Autofahren nicht abgelenkt werden dürfen. Wenn bei der Arbeit keine Hand fürs Schreiben frei sei, etwa bei der Paketsortierung. Oder wenn die Steuerung von Maschinen bei Arbeiten im Schutzanzug schwierig sei.

Die Anwendungspalette reiche noch weiter: Selbst aufwendige Sprachdialoge lassen sich für interaktive Spielzeuge kostengünstig per Massenchip realisieren. "Clevere Firmen entwickeln damit Lernspielzeuge: Kinder können Fragen stellen und beantworten oder dem Spielgerät Anweisungen geben, worauf es durch eine Antwort oder Aktion reagiert", empfiehlt die Zeitschrift Impulse. Auch für die Sicherheit in Autos gebe es gute Einsatzmöglichkeiten: "Zulieferer der Automobilindustrie

profitieren von einer neuen Technik, die digitale Daten in Sprache umsetzt (Text-to-Speech). Wie Navigationssysteme, die beim Abbiegen die Straßennamen nennen oder über Staus informieren. Produkte mit Perspektiven: beim Fahren durch Zuruf Sicherheitsfunktionen überprüfen ('Ist der Reifendruck in Ordnung?') oder Warnhinweise vom Auto ('Zu wenig Öl')", schreibt Impulse. Marktideen wären auch für Maschinenbauer denkbar: "Durch eine Sprachsteuerung lassen sich ihre Geräte auch in schmutziger Arbeitsumgebung sicher einstellen. Oder: Sie geben per Sprache Warnhinweise und machen auf Funktionsmängel aufmerksam. Weite Einsatzbereiche eröffnen sich in der Logistik: per Zuruf am Fließband den Materialfluss steuern oder im Lager entnommene Waren dokumentieren", so Impulse.

Nach Analysen von Jens Klemann**,** Geschäftsführer der Bad Homburger Unternehmensberatung Strateco http://www.strateco.de und Mitinitiator der Bonner Voice Days, seien die Marktideen keine Hirngespinste. "Die Sprachtechnik der neuen Generation wird schon in vielen Unternehmen genutzt. Rund um die Uhr sind die flinken Helfer bereits im Einsatz: Sprachcomputer informieren präzise über Bahnverbindungen, geben Kinotipps, nehmen Bestellungen entgegen, beraten Kunden kompetent bei der Installation technischer Geräte, erfassen Zählstände, reservieren Tickets, vergeben sichere Passwörter, erinnern Schuldner an ausstehende Zahlungen und sie erledigen unzählige Aufgaben mehr", sagt Klemann. Ein weites Anwendungsfeld sieht er auch innerhalb von Unternehmen: "So können Außendienstmitarbeiter per Sprachdialogsystem jederzeit schnell klären, ob ein vom Kunden gewünschtes Produkt auch sofort lieferbar ist. Monteure geben nach Abschluss der Arbeiten ihre Stundenzettel an einen Sprachcomputer durch und die Firma stellt noch am selben Tag die Rechnung". Auch das Kostenargument dürfe nicht vernachlässigt werden. "Zwischen 5 und 20 Euro geben Unternehmen inzwischen für jede individuelle Kundenberatung über ein Call Center aus. In der Vergangenheit hat man oftmals versucht, die Kosten durch Auslagerung in Niedriglohnländer zu reduzieren. Immer mehr Firmen entdecken den Einsatz von automatischer Sprachtechnik als neue Alternative. In der richtigen Mischung mit Call Center-Agenten für die komplexeren und beratungsintensiven Geschäftsvorfälle ist man auch am 'teuren' Standort Deutschland in der Lage, Kundenservice zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten", betont Klemann**.**

erschienen u.a. bei:

http://derstandard.at/?url=/?id=2565259

http://linkszeitung.de/content/view/49224/72/

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060825028

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-08/artikel-6898797.asp

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/9E0F321B3DBE540EC12571D500311582?OpenDocument

http://www.pte.at/pte.mc?pte=060825028

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060825028&phrase=klemann

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=31654827

http://www.paranews.net/beitrag.php?cid=4645

http://www.computerwelt.at/detailArticle.asp?a=106486&n=2

http://www.pcopen.de/news/news_show.cgi?news=1156688763&title='Der%20Kaffee%20ist%20fertig':%20Geräte%20mit%20Sprachchips%20als%20flinke%20Helfer

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Vom Massen- zum Community -Marketing

Virtuelle Tupperparties und die Netzwerkeffekte für neue Märkte

Bonn, 26.08.2006 - Der neue Ankerpunkt der Kundenkommunikation ist nach Expertenmeinung die Gemeinschaft: Interessengruppen, Spielgemeinschaften, Business-Netzwerke, kommentierende Blog-Leserschaften oder die Community eines Special Interest Podcasts. "Im Zukunftsmarketing dreht sich alles um diese Größe - die keineswegs neu ist, aber durch das weltweite Netz eine neue Bedeutung bekommen hat", schreibt Chefredakteur und Zukunftsforscher Mattias Horx in der Septemberausgabe seines Fachdienstes Zukunftsletter http://www.zukunftsletter.de, das im Bonner Fachverlag für Marketing und Trendinformation http://www.marketing-trendinformationen.de erscheint.

Horx skizziert Marketing-Ansätze für die Zukunft: So hält er eine Erhöhung der Cyber-Präsenz für wichtig. "Virtuelle Produkte und Dienstleistungen sowie Werbung in Video- und Online-Spielen werden die Markenkommunikation nachhaltig prägen. Nach Schätzungen von PricewaterhouseCoopers betrug das weltweite Volumen des Spielemarktes im vergangenen Jahr 35,3 Millionen Dollar. Das Online-Gaming erobert sich dabei immer mehr Anteile und ist ein Wachstumsmarkt par Excellence", so Horx. Nach Prognosen des Branchenverbandes Bitkom werde sich der Umsatz mit Online-Spielen in Deutschland von 110 (2005) auf 500 Mio. Euro (2008) erhöhen. "Ein virtueller Lebensraum und ein "volkswirtschaftliches Spiel" ist Second Life. Anfang August 2006 tummelten sich bereits über 350.000 Menschen in der 3D-Landschaft. Der Betreiber Linden Lab ermutigt sogar dazu, die Cyber-Landschaft als Experimentierfeld für den Unternehmeralltag zu nutzen und Business-Ideen in die Realität zu reimportieren. Erste Geschäftsmodelle gibt es: Designer verkaufen virtuelle Mode, die auch offline getragen werden kann", weiß Horx.

Unternehmen reüssierten verstärkt als Vernetzungsdienstleister und konzentrierten sich auf ein Ermöglichungs-Marketing. "OpenBC, eines der Vorzeige-Start-ups des Web 2.0, hat über die elektronisch organisierte Kontaktpflege einen konkreten Nutzwert für seine Mitglieder: Kontakt ist schon das halbe Geschäft. Der T-Shirt-Händler spread shirt.net hat den dezentralen Handel im Internet perfektioniert. 150.000 Shop-Betreiber ordern individualisierte T-Shirts mit den unterschiedlichsten Druckmotiven. Der Shop lässt sich auf jeder privaten Homepage integrieren. Das Web-2.0-Unternehmen FON vernetzt WLAN-Zugänge, indem es Internet-User auffordert, ihren Breitbandzugang als FON-Hotspot http://de.fon.com frei zuschalten, damit andere 'FONeros' darauf zugreifen können . Movimento FON ist ein Prachtexemplar für Mikroökonomie, denn in der Community lässt sich prima Geld verdienen", glaubt Horx.

Beim Corporate Blogging zählten Authentizität und Vertrauen. Das lasse sich nur im konkreten öffentlichen Dialog mit Kunden herstellen. Das kommunikative Lauffeuer, das über Weblogs entfacht werden könne, habe schon so manches Unternehmen bitter zu spüren bekommen, etwa Kryptonite oder Jamba. "Letztlich bringen die Communities ein Stück Persönlich-Menschliches in die Netzwelt. Das Prinzip der sozialen Bewährtheit. Es ist nicht mehr nur ein anonymes Online-Angebot eines Dienstleisters oder Shops, wo natürlich der Verkauf im Vordergrund steht. Amazon ging mit seinen Kundenrezensionen und Ebay mit der Bewertung der Mitglieder, den ersten Schritt zum sich zu Wort meldenden Kunden. Eine Art freiwillige Selbstkontrolle und Qualitätssicherung. Das schafft Vertrauen. Es wird zunehmend aufwändiger, solche Verfahren zu unterlaufen. Die Communities merken das sehr schnell und reagieren prompt. Der daraus resultierende Imageschaden ist massiv. Genau das wird allerdings in immer perfekterer Form passieren. Das Netz ist geduldig", sagt der Internetexperte Klaus Blömeke von der Webagentur Avaris Godot http://www.avaris-godot.de , im Gespräch mit pressetext.

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

So sieht es auch Jens Klemann von der Bad Homburger Unternehmensberatung Strateco http://www.strateco.de. "Vor allem junge Leute verbringen ihre Zeit in Online-Communities, exponieren sich, stellen soziale Kontakte her, tauschen und teilen gemeinsame Erlebnisse. Die digitale Präsenz wird zum Teil der Persönlichkeit. Man lernt die sozialen Interessen der Menschen kennen, die diese freiwillig bereitstellen. Und genau hier liegt der Wert für das Marketing der Zukunft: Das wertvollste Gut der Communities sind Nutzerprofile. Die Nutzung dieser Daten bietet neue Perspektiven für das vor Jahren schon proklamierte One-to-One-Marketing. Jetzt ist die Zeit dafür gekommen", betont Klemann, Mitinitiator der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de .

Netzwerk-Effekte im Internet könnten Massenmärkte bewegen, vergleichbar mit den berühmten Tupperparties, die Anfang der 50er Jahre ihren Siegeszug in Amerika begonnen haben. Es sei das uralte Konzept des Empfehlungs-Marketings, das durch diese neuen Instrumente einen neuen Schub bekommt. "Sprachportale können hier einen wichtigen Zusatznutzen stiften: Erstens helfen Sie den mobilen Zugang zu Communities zu erleichtern, zweitens ermöglichen sie neue Ebenen der Interaktion und des Austausches und drittens bieten sie den Werbetreibenden einen Kanal, um in einen echten Kundendialog einzusteigen", so Klemann gegenüber pressetext. Die klassischen Medien verlören an Bedeutung. "Das alte Schlitzohr Rupert Murdoch hat bereits erkannt, dass Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften als Leitmedien längst durch Internet, Handy, Computer und Videospielkonsolen abgelöst werden. Werbe- und Medienkonzerne müssen sich daher mit neuen Diensten und Werbeformen an den neuen Medienkonsum anpassen, sonst gehen ihnen ganze Generationen von Konsumenten verloren", prognostiziert Klemann.

erschienen u.a. bei:

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060826008

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060826008

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060826008

http://derstandard.at/?url=/?id=2565255

http://www.contentmanager.de/magazin/news_h19057_vom_massen-_zum_community-marketing_virtuelle.html

http://www.neuenachricht.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/E58969D358F70A6CC12571D800316399?OpenDocument

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-08/artikel-6904969.asp

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22387.html

http://pressemitteilung.ws/node/view/12354

http://www.pr-inside.com/de/wo-unternehmen-ihre-kunden-kuenftig-antreffen-werden-virtuelle-tupperparties-und-die-netzwerkeffekte-fuer-neue-r16539.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1369

http://www.businessportal24.com/de/a/50626

http://www.web4free.at/Artikel.1945

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7465&mode=&order=0&thold=0

http://www.computerpartner.de/knowledgecenter/management_karriere/234679/

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=31734815

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=156963&cmd=Anzeigen

http://www.globalewirtschaft.de/pm/?w=det&ID=24323

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Vom_Massen-_zum_Community-Marketing%3A__818.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_08_28_ITSoftware_1.txt

http://at-de.i-newswire.com/pr18030.html

http://www.live-pr.com/wo-unternehmen-ihre-kunden-k-nftig-antreffen-r1607.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/22804367.html

http://www.reporter7.com/de/4987/wo-unternehmen-ihre-kunden-kuenft.htm

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/289/1156591804.html

http://www.businessworld.de/2006/08/28/vom-massen-zum-community-marketing-wo-unternehmen-ihre-kunden-kunftig-antreffen-werden/

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h19057_vom_massen-_zum_community-marketing_virtuelle.html

http://ruegenbote.de/wordpress/2006/08/27/vom-massen-zum-community-marketing/

http://www.wallstreet-online.de/nachrichten/nachricht/1925826.html

Voice Award: 2006: Bessere Nutzerschnittstellen und innovative Geschäftsmodelle

Managed Services setzen sich auch bei Sprachautomatisierung durch

Von Gunnar Sohn

Berlin/Bonn - Auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin gab Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www2.dfki.de/web und Schirmherr der Bonner Voice Days http://www.voicedays.de, 14 Sprachdialogsysteme bekannt, die für den Voice Award 2006 nominiert wurden. 72 sprachgesteuerte Dienste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz konkurrierten um den "Oskar" der Sprachtechnologiebranche, 42 Systeme konnten sich für die letzte Runde qualifizieren - basierend auf einem umfangreichen Testverfahren wurden daraus die 14 Nominierten in fünf Kategorien von der Jury bestimmt.

"Das Testverfahren, das nun zum dritten Mal durchgeführt wird, bewertet Telefondienste, die dem Nutzer einen deutschsprachigen Dialog mit einem Computerdienst ermöglichen, ohne dass das System vorher auf die Stimme des jeweiligen Nutzers trainiert werden muss", erklärt Juryvorsitzender Wahlster. Die Gewinner werden auf den Voice Days in Bonn bekannt gegeben. Der Fachkongress findet vom 18. bis 19. Oktober im Alten Bundestag statt.

Die Hauptkategorie "Best Practice Award" prämiert die beste deutschsprachige Sprachapplikation im Praxistest. Nominiert für den Best Practice-Preis sind "DHL Paketdienst Info", "T-Com IVR Sprachportal Vertrieb Consumer" und "T-Mobile Sprachportal Kundenservice 2006".

In der Kategorie "Best Innovation Award" waren technische Innovationen ebenso wie innovative Geschäftsmodelle oder auch neuartige Dialogstrategien gefragt. Nominiert wurden hierzu "DaimlerChrysler Persönlicher Assistent", "Hamburger Verkehrsverbund Telefonische Fahrplanauskunft" und das "Sixt Sprachportal Kundenservice". Mit "Best Enterprise Service" werden gelungene Sprachautomationen von Kunden- und internen Unternehmensprozessen prämiert. Hier wurden "DHL Paketdienst Info", "ING-DiBa Wertpapier Order Line", "Swisscom PassGEN Bluewin" und "T-Mobile Sprachportal Kundenservice 2006" nominiert. Für den "Best Value-Added Service"-Award wurden öffentliche Telefondienste und Sprachportale mit dem überzeugendsten Geschäftsmodell gesucht. Die Jury nominierte "Jamba 33333", "T-Com 11864 Klingelton Download" und "Voice Business Golfscore".

Erstmalig in diesem Jahr wird auch die "Best Voice Campaign" prämiert. Hier geht es um die beste Marketing-Kampagne, die von einer telefonischen Sprachapplikation unterstützt wird. Nominiert sind die "Cisco Boooming Campaign", die Speak Up Dienste "22456 Taxiruf" und "22833 MusicLounge". Jurymitglied Christian Thunig, stellvertretender Chefredakteur der absatzwirtschaft http://www.absatzwirtschaft.de , freut sich über die ersten Werbe- und Marketingkampagnen, die auf Sprachcomputer setzen: "Der Wettbewerb zeigt, dass Sprachcomputer auch in Marketing und Vertrieb an Bedeutung gewinnen. Besonders spannend ist hier die Verknüpfung verschiedener Medien und die Einbeziehung des Sprachkanals, der den Werbetreibenden neue Wege der Absatzförderung eröffnet und den direkten, automatisierten Zugang zum Kunden über das Telefon schafft".

Die Nutzerfreundlichkeit der Sprachanwendungen sei nach Analysen von Bernhard Steimel, Sprecher der Voice Business Initiatve deutlich besser geworden, wie auch das Urteil der Laientester bestätige. "Zudem setzen sich Hosting und Managed Service als Betriebskonzept am Markt durch - über 50 Prozent der Anwendungen werden als Managed Service betrieben. Drittens: Anwendungen zur Serviceautomatisierung dominieren klar, es nahmen kaum Mehrwertdienste am VOICE Award teil und Kampagnen spielten nur eine sehr untergeordnete Rolle. Bemerkenswert ist, dass erste Standardanwendungen verfügbar sind und insbesondere im Banking-Bereich zunehmend mit Modulen gearbeitet wird, die statt einer Neuentwicklung für bestimmte Prozesse nur noch

kundenspezifische Anpassungen erforderlich machen", erklärt Steimel. "Ein wichtiger Effekt unserer Benchmarks zeigt sich darin, dass in etlichen getesteten Sprachdialogsystemen aufgrund der im vergangenen Jahr aufgedeckten Schwachstellen nun gezielt das Dialogmanagement, das inhaltliche Sprachverstehen und die Sprachsynthese optimiert wurden. Bei gleicher Performanz in der Spracherkennung konnten diese Voice-Anwendungen es durch gezielte Verbesserungen aufgrund unserer Testresultate vom Vorjahr diesmal in die Top 25 und sogar zu einer Nominierung für einen Voice Award schaffen", so das Fazit Professor Wahlster gegenüber pressetext.

Erschienen u.a. bei:

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060901004

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060901004

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060901004&phrase=steimel

VOICE Award 2006:

Sprachanwendungen mit besseren Nutzerschnittstellen und innovativeren Geschäftsmodellen als im Vorjahr – Managed Services auf dem Vormarsch

Bonn/Berlin, 01.09.2006 - Auf der IFA in Berlin gab die VOICE Award-Jury unter Vorsitz von Prof. Wolfgang Wahlster, Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI), heute 14 Sprachdialogsysteme bekannt, die für den VOICE Award 2006 nominiert wurden. 72 sprachgesteuerte Dienste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz konkurrierten um den „Oskar" der Sprachtechnologiebranche, 42 Systeme konnten sich für die letzte Runde qualifizieren - basierend auf einem umfangreichen Testverfahren wurden daraus die 14 Nominierten in fünf Kategorien von der Jury bestimmt.

Das Testverfahren, das nun zum dritten Mal durchgeführt wird, bewertet Telefondienste, die dem Nutzer einen deutschsprachigen Dialog mit einem Computerdienst ermöglichen, ohne dass das System vorher auf die Stimme des jeweiligen Nutzers trainiert werden muss. Die Gewinner werden am 18./19. Oktober 2006 auf den VOICE Days in Bonn (www.voiceday.de), dem Fachkongress für Sprachtechnologie, im Rahmen einer Galaveranstaltung bekannt gegeben.

Die Hauptkategorie „Best Practice Award" prämiert die beste deutschsprachige Sprachapplikation im Praxistest. Nominiert für den Best Practice-Preis sind „DHL Paketdienst Info", „T-Com IVR Sprachportal Vertrieb Consumer" und „T-Mobile Sprachportal Kundenservice 2006".

In der Kategorie „Best Innovation Award" waren technische Innovationen ebenso wie innovative Geschäftsmodelle oder auch neuartige Dialogstrategien gefragt. Nominiert wurden hierzu „DaimlerChrysler Persönlicher Assistent", „Hamburger Verkehrsverbund Telefonische Fahrplanauskunft" und das „Sixt Sprachportal Kundenservice".

Mit „Best Enterprise Service" werden gelungene Sprachautomationen von Kunden- und internen Unternehmensprozessen prämiert. Hier wurden „DHL Paketdienst Info", „ING-DiBa Wertpapier Order Line", „Swisscom PassGEN Bluewin" und „T-Mobile Sprachportal Kundenservice 2006" nominiert.

Für den „Best Value-Added Service"-Award wurden öffentliche Telefondienste und Sprachportale mit dem überzeugendsten Geschäftsmodell gesucht. Die Jury nominierte „Jamba 33333", „T-Com 11864 Klingelton Download" und „Voice Business Golfscore".

Erstmalig in diesem Jahr wird auch die „Best Voice Campaign" prämiert, d.h. die beste Marketing-Kampagne, die von einer telefonischen Sprachapplikation unterstützt wird. Nominiert sind hier die „Cisco Boooming Campaign" sowie die Speak Up Dienste „22456 Taxiruf" und „22833 MusicLounge".

Bernhard Steimel, Mitbegründer der Initiative VOICE BUSINESS, die die VOICE Awards vergibt, fasst die Ergebnisse des Leistungstests zusammen: „Erstens: Die Nutzerfreundlichkeit der Sprachanwendungen ist deutlich besser geworden, wie auch das Urteil der Laientester bestätigt. Zweitens: Hosting und Managed Service als Betriebskonzept setzen sich am Markt durch - über 50% der Anwendungen werden als Managed Service betrieben. Drittens: Anwendungen zur Serviceautomatisierung dominieren klar, es nahmen kaum Mehrwertdienste am VOICE Award teil und Kampagnen spielten nur eine sehr untergeordnete Rolle. Bemerkenswert ist, dass erste Standardanwendungen verfügbar sind und insbesondere im Banking-Bereich zunehmend mit Modulen gearbeitet wird, die statt einer Neuentwicklung für bestimmte Prozesse nur noch kundenspezifische Anpassungen erforderlich machen. Mein Fazit ist, dass ohne große technische Innovationen trotzdem beachtliche Fortschritte ‚handwerklicher' Natur stattfanden – das beweist die hohe Leistungsdichte: Die 25 besten Anwendungen erreichten alle über 60 von möglichen 100 Punkten. Innovationen gab es vor allem bei den Geschäftsmodellen – hier gibt es eine Menge erfolgreicher neuer Ansätze, wie mit Sprachanwendungen Geschäftserfolg realisiert werden kann."

„Ein wichtiger Effekt unserer Benchmarks zeigt sich darin," so Prof. Wolfgang Wahlster, Vorsitzender der Jury, „dass in etlichen getesteten Sprachdialogsystemen aufgrund der im letzten Jahr aufgedeckten Schwachstellen nun gezielt das Dialogmanagement, das inhaltliche Sprachverstehen und die Sprachsynthese optimiert wurden. Bei gleicher Performanz in der Spracherkennung konnten diese Voice-Anwendungen es durch gezielte Verbesserungen aufgrund unserer Testresultate vom Vorjahr diesmal in die Top 25 und sogar zu einer Nominierung für einen Voice Award schaffen."

Prof. Anthony Jameson, Leiter des Testteams vom Evaluationszentrums für sprachtechnologische Systeme am DFKI, betont: „Zu jedem der Entwurfsprobleme, mit denen Designer von Sprachdialogsystemen regelmäßig konfrontiert werden, bieten die 42 getesteten Dialogsysteme insgesamt eine breite Palette möglicher Lösungen - manchmal mit überraschenden Innovationen. Durch die vergleichende Untersuchung aller Systeme mit Laientestern und erfahrenen Evaluatoren wurden die relativen Stärken und Schwächen dieser einzelnen Lösungen sichtbar. So liefert der Voice Award Anwendungstest für Hersteller und Betreiber von Sprachdialogsystemen Informationen, die auf andere Weise kaum zu gewinnen wären."

Jurymitglied und Marketing-Profi Christian Thunig, stellv. Chefredakteur der absatzwirtschaft, freut sich über die ersten Kampagnen, die auf Sprachcomputer setzen: „Der VOICE Award 2006 zeigt, dass Sprachcomputer auch in Marketing und Vertrieb an Bedeutung gewinnen. Besonders spannend ist hier die Verknüpfung verschiedener Medien und die Einbeziehung des Sprachkanals, der den Werbetreibenden neue Wege der Absatzförderung eröffnet und den direkten, automatisierten Zugang zum Kunden über das Telefon schafft!"

Juror Matthias Peissner, Usability-Experte des Fraunhofer IAO bilanziert: „Ohne dass hier ein Quantensprung erfolgt wäre, gibt es dennoch deutliche Verbesserungen der Nutzerschnittstellen. Auch zeigt sich, dass die Teilnehmer, die schon in den letzten Jahren dabei waren, mit der Beseitigung der im Testverfahren ermittelten Schwächen der Systeme den richtigen Weg gehen – diese Anwendungen erzielten dieses Jahr deutlich bessere Bewertungen als zuvor."

Manfred Stockmann vom Call Center Forum Deutschland e.V. sieht klare Chancen für die Call Center Branche: „Dadurch, dass die Nutzerführungen nachweislich und merklich besser und die Systeme entsprechend robuster geworden sind, werden Sprachcomputer immer interessanter auch für die Betreiber von Call Centern: Mit solchen Anwendungen können Call Center ihre Agenten entlasten und Dienste rund um die Uhr anbieten – das schafft Wettbewerbsvorteile und Geschäftserfolg!"

Jurymitglied Jürgen Mehring von der Sparda Bank Hamburg verweist auf den Mehrwert des Testverfahrens vor allem in den von den Laien-Testern eingebrachten Erfahrungs- und Nutzen-Betrachtungen: „Es ist besonders wichtig herauszufinden, wie die Nutzer von Sprachanwendungen diese im Test bewerten, weil die Betreiber so gezielt Verbesserungen vornehmen können, die direkt den Nutzern zugute kommen und sich unmittelbar auf den Erfolg der Systeme auswirken."

Weitere Informationen: www.voiceaward.de

Hintergrundinformationen

Veranstalter der Initiative VOICE BUSINESS sind die mind Business Consultants, STRATECO sowie der telepublic Verlag. Das Aktionsprogramm der Initiative VOICE BUSINESS umfasst neben dem VOICE Award auch den Entwickler-Wettbewerb VOICE Contest. Höhepunkt sind die VOICE Days am 18./19. Oktober 2006 im Alten Bundestag in Bonn.

Schirmherr der Initiative VOICE BUSINESS ist Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Wahlster vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI).

Goldsponsoren der Initiative VOICE BUSINESS sind D+S Europe, Genesys, Hewlett-Packard, IBM, Siemens, T-Com und VoiceObjects.

Silbersponsoren sind Acapela, Alcatel, Avaya, Eicon, FrontRange, HFN Medien, Intervoice, Loquendo, Nuance, Nortel, RightNow, Sematic Edge, Softlab, Telenet und T-Systems.

Medienpartner der Initiative VOICE BUSINESS sind TeleTalk, absatzwirtschaft, Acquisa, Behördenspiegel, Brand eins, Call Center Expo, Competence Site, Computer Zeitung, funkschau, MIT Technology Review, NeueNachricht, Telephone Strategy News, VDI nachrichten sowie visAvis.

Kooperationspartner der Initiative VOICE BUSINESS sind das Call Center Forum Deutschland e.V., das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), der eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. sowie der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/98447/VOICE-Award-2006-Sprachanwendungen-mit-besseren-Nutzerschnittstellen-und-innovativeren-Geschaeftsmodellen-als-im-Vorjahr-Managed-Services-auf-dem-Vormarsch.html

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Award_2006:_200609013186.html

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-73730.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/VOICE-Award-2006-Managed-Services-auf-dem-Vormarsch/3105

http://www.dmvoe.at/CallCenterAktuelles

http://www.prflash.de/medien-telekommunikation/100518/voice-award-2006-sprachanwendungen-mit-besseren-nutzerschnittstellen-und-innovativeren-geschaeftsmodellen-als-im-vorjahr-managed-services-auf-dem-vormarsch.htm

http://www.web4free.at/Artikel.1962

http://werbepartner.de/p/service/pressemitteilungen?id=157069&cmd=Anzeigen

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_VOICE_Award_2006%3A__836.html

http://at-de.i-newswire.com/pr18110.html

http://www.pr-inside.com/de/voice-award-2006-sprachanwendungen-mit-besseren-nutzerschnittstellen-und-innovativeren-geschaeftsmodellen-als-im-vorjahr-managed-r17125.htm

http://www.live-pr.com/voice-award-2006-sprachanwendungen-mit-r1644.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_01_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1409

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24438

http://www.reporter7.com/de/5106/voice-award-2006-sprachanwendun.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/23140008.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7516&query=steimel&a=1

http://www.elektronikbranche.de/

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Marktreport: Dezentrale Providing-Ökonomie und die Rolle der Informationstechnik

Trends zur Automatisierung der Dienstleistungsgesellschaft

Von Gunnar Sohn

Bonn, 12. September 2006, www.ne-na.de - In der Dienstleistungsökonomie, dem dezentralen Kapitalismus, erzeugten den ökonomischen Wert nicht mehr einzelne Unternehmen mit ihren Angeboten, sondern der einzelne Konsument mit seinen Bedürfnissen – ein Wandel in der Struktur der Konsummärkte zu partnerschaftlichen Beziehungen zwischen den Konsumenten und Anbietern. In solchen Support-Netzwerken werde nach einem Marktreport des ITK-Unternehmens Nextiraone der klassische Dienstleistungsgedanke radikalisiert und individualisiert. In den umfassenden Kooperationen verschiedener miteinander vernetzter Anbieter, die jeweils Spezialisten für Teilbereiche seien, entstehe eine dezentrale „Providing-Ökonomie“, die ihre Prozesse vom Kunden her strukturiert.

„Sprachcomputer werden als direkter Kanal zum Kunden in der Serviceökonomie immer wichtiger. 2005 setzten die Anbieter von Sprachdialogsystemen weltweit fast 350 Millionen Dollar um, 2010 sollen es bereits über 1,1 Milliarden sein. Die Telekommunikationsunternehmen investierten im vergangenen Jahr rund 120 Millionen Dollar in die Automatisierung ihrer vielfältigen Kundenkontakte. Gut 20 Prozent der Investitionen entfielen auf das Finanzwesen, fast 10 Prozent auf die Tourismusbranche. Sieben beziehungsweise sechs Prozent der weltweiten Gesamtinvestitionen in der Sprachautomatisierung wurden vom Handel und den Technologieanbietern aufgebracht“, so Nextiraone. Knapp 85 Prozent der Aufwendungen dienten der Automatisierung von Kontakten zum Endkunden, zehn Prozent der Automatisierung von Interaktionen zum Geschäftskunden und fünf Prozent wurden zur Optimierung interner Prozesse genutzt. Die Betreiber von Sprachapplikationen hatten 2005 monatlich über 700.000 Anrufminuten von denen knapp 30 Prozent automatisiert bedient wurden. Mit hoher Wahrscheinlichkeit hat jeder Bundesbürger schon einmal mit einem Sprachdialogsystem telefoniert. Die drei Branchen Finanzen, Telekommunikation und Logistik erreichen damit bereits große Teile der Bevölkerung. Bei der Postbank sind es täglich 100.000 Anrufe. Der Sprachautomat schließt laut Betreiber 85 Prozent aller Anrufe erfolgreich ohne Operatorunterstützung ab. „Den Innovatoren der Sprachcomputer-Branche gelingt es dabei, die verschiedenen Elemente der Kundeninteraktion im Dienstleistungszeitalter miteinander zu verknüpfen. Sie machen die Inhalte des Web 2.0 am Telefon zugänglich, bieten medienübergreifende Kommunikation und One-to-One-Dialoge in großen Communities“, weiß Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business, die im Oktober die Voice Days http://www.voicedays.de in Bonn organisiert.

Beim DHL Paketdienst Info liefere das Sprachsystem Empfängern und Versendern Informationen zum Versandstatus von nationalen Lieferungen sowie zum Absender und Adressaten. Bei T-Mobile könne man Rechnungsbeträge per Sprache abfragen – selbst einzelne Kostenpositionen etwa für Telefonie, SMS oder MMS. „Der persönliche Assistent von DaimlerChrysler ist eine Vermittlungs- und Assistenzanwendung für das Personal Information Management der Mitarbeiter des Konzerns. Sie verwirklicht ein One Number-Konzept für die Erreichbarkeit der Mitarbeiter an allen Orten, den Übergang zum Wechsel von der Festnetztelefonie auf Vermittlungs- und Assistenzdienste und bietet den Mitarbeitern eine Follow Me-Funktion, Presence Management und die Anbindung an ihre Lotus Notes-Anwendungen“, erklärt Steimel. Die Fahrplanauskunft des Hamburger Verkehrsverbunds informiere Anrufer über alle Verbindungen in der Metropolregion Hamburg und gibt Auskünfte zum Beförderungspreis in den Sprachen Englisch, Spanisch, Französisch und Deutsch. „Der erste bundeseinheitliche Taxiruf unter der Handy-Kurzwahlnummer 22456 ermöglicht den Zugang zu Taxifunkzentralen in ganz Deutschland - der mobile Taxiruf vermittelt bundesweit in Städten ab 50.000 Einwohnern nach einer automatisierten Abfrage des Ortes zur lokalen Taxizentrale“, führt Steimel weitere Beispiele auf, die den Kundenservice automatisieren und verbessern.

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Einen Eindruck vom Marktwert der Unternehmen, die IT-basierte Dienstleistungen am Markt etablieren konnten, bieten aktuelle Zahlen der Mergers & Acquisitions: Google steigerte im zweiten Quartal 2006 den Reingewinn auf 721 Millionen Dollar, ein Plus von 110 Prozent. Die Foto-Community-Plattform Flickr ging im Frühjahr 2005 für geschätzte 35 Millionen Euro an Yahoo. Das Community-Portal MySpace.com wurde von Rupert Murdoch für 580 Millionen Euro gekauft und setzt angeblich 13 Millionen Dollar monatlich um. Für 900 Millionen Dollar wird auf MySpace eine Google-Suchbox installiert. Der Internet-Telefonie-Anbieter Skype wurde im Herbst 2005 von eBay für 2,6 Milliarden Dollar übernommen zusammen mit 180 Millionen Skype-Telefonierer. Wellington Partners investierte 5,7 Millionen Euro in das Business-Netzwerk openBC. moreTV erhielt zehn Millionen Euro das Wagniskapital. Das 40 Mitarbeiter starke Unternehmen entwickelt Zusatzdienste für die Branche des digitalen Fernsehens.

„Steigende Anteile an der Wertschöpfung, zunehmende Integration von Dienstleistungen in Angebote traditioneller Industrieunternehmen und damit steigende Bedeutung der Dienstleistungsunternehmen für den Arbeitsmarkt sind Wachstumschancen für die ITK-Branche. Angesichts des Erfolgs des Dienstleistungssektors kann man davon ausgehen, dass die Dienstleistungswirtschaft eine hohe Innovationsfähigkeit besitzt, die sie zu einem Motor für Wachstum und Beschäftigung in einer dynamischen Wirtschaft macht“, so das Fazit von Axel Schnell, Service Director und Geschäftsführungsmitglied von Nextiraone Deutschland. Das Wachstum der ITK-Branche gestalte dabei die Dienstleistungsökonomie – und umgekehrt. „Die neuen Marktmodelle, Interaktionsformen und Kundenbedürfnisse werden durch die Forschritte in der Informationstechnik und Telekommunikation in vielfältigen Geschäftsmodellen abgebildet, die neues Wirtschaftswachstum generieren. Die ITK-Branche schafft mit der Bereitstellung von Netzwerkstrukturen über die Verteilung von Information bis hin zur Integration und Automatisierung von Kundeninteraktionsprozessen die Infrastruktur der modernen Dienstleistungsgesellschaft“, prognostiziert Schnell.

Das Magazin NeueNachricht erscheint vierteljährlich. Das Einzelheft kostet 8,20 Euro. Bestellungen per Fax unter: 0228 – 620 44 75, E-Mail: baerbel.goddon@sohn.de oder über die Website www.ne-na.de. Redaktionen erhalten Besprechungsexemplare kostenlos.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Marktreport:_Dezentrale_Providing-%D6konomie_und_die_Rolle_der_Informationstechnik_200609123248.html

http://www.ne-na.de/A556D3%5Cnena%5Cnena_neu.nsf/0/DDD871957E92E4BBC12571EA002E66C9?OpenDocument

http://www.businessportal24.com/de/Marktreport_Dezentrale_Providing_OEkonomie_Rolle_54258.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22724.html

http://www.prflash.de/it-news-media-software/101618/marktreport-dezentrale-providing-oekonomie-und-die-rolle-der-informationstechnik-trends-zur-automatisierung-der-dienstleistungsgesellschaft.htm

http://de.biz.yahoo.com/12092006/295/dezentrale-providing-oekonomie-rolle-informationstechnik-0.html

http://www.pte.ch/pte.mc?pte=060912032

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24629

http://werbepartner.de/p/service/pressemitteilungen?id=157365&cmd=Anzeigen

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Trends-zur-Automatisierung-der-Dienstleistungsgesellschaft/3227

http://www.itnewsbyte.com/de/articles/art135,,,.htm

http://www.pronline.at/Marktreport%3A_Dezentrale_Providing-%D6konomie_und_die_Rolle_der_Informationstechnik_-_Trends_zur_Au.html

http://pressemitteilung.ws/node/100210

http://www.pr-inside.com/de/print18389.htm

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-934.html

http://www.web4free.at/Beitrag.Drucken.1983

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Trends_zur_Automatisierung_der_Dienstleistungsgesellschaft__871.html

http://at-de.i-newswire.com/pr18484.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7593&query=providing-ökonomie&a=1

http://www.open-pr.de/news/99704/Marktreport-Dezentrale-Providing-Oekonomie-und-die-Rolle-der-Informationstechnik-Trends-zur-Automatisierung-der-Dienstleistungsgesellschaft.html

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7593

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_12_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060912032&phrase=steimel

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060912032&phrase=steimel

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,33015.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=32567837

http://www.reporter7.com/de/5339/trends-zur-automatisierung-der-d.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1480

Studie: Nur jeder vierte Kunde mit seiner Hausbank zufrieden

Banken setzen auf Sprachdialogsysteme zur Service-Verbesserung

Bonn, 15. September 2006 - Nur ein Viertel aller Bankkunden ist mit seiner Hausbank auch tatsächlich zufrieden. Das belegt der neue Kundenmonitor 2006 des Marktforschungsinstituts Psychonomics http://www.psychonomics.de und der Deutschen Post http://www.deutsche-post.de. Demnach bewerten 14 Prozent der Befragten die Leistungen ihrer Hausbank „sogar als mittelmäßig oder schlecht“, berichtet die Rhein-Zeitung http://www.rhein-zeitung.de. „Vor allem Commerzbank, Deutsche Bank, Dresdner Bank und HypoVereinsbank erhielten schlechte Noten.“ Insbesondere Befragte mit höheren Einkommen zeigten sich in der Umfrage kritisch. Gründe für einen Wechsel ihrer Bank waren demnach für 31 Prozent hohe Gebühren, für 19 Prozent mangelhafte Beratungsqualität und für 18 Prozent schlechter Service. Insgesamt wurden 3000 Bankkunden für die Studie befragt.

Viele Banken setzen mittlerweile auf die Automatisierung von Routinearbeiten, um mehr Ressourcen für den Beratungsservice nutzen zu können. Automatisierte Sprachdialogsysteme sind dabei auf dem Vormarsch. „Bei Kreditinstituten steigt die Bereitschaft, in Sprachdialog-Systeme zu investieren – mit Produktivitätssteigerung, Erhöhung der Erreichbarkeit und Kostensenkung als Zielsetzung“, schreibt das CC Journal http://www.crealog.com. Demnach ist vor allem die Teil- und Vollautomatisierung von Standard-Vorgängen interessant, die laut einer Studie der Unternehmensberatung Conmaster Net http://www.conmaster.net Einsparungen zwischen 20 und 40 Prozent zulassen. Das Deutsche Bank Voice Portal Telebanking beispielsweise ermöglicht den Kunden des Bankhauses Telebanking Überweisungsfunktion, Umsatzabfragen, Daueraufträge, Depotverwaltung, Scheckbestellungen oder Anfragen zu Zinssätzen und Konditionen. Deutschlands Spitzenreiter unter den Direktbanken, die Ing-Diba http://www.ing-diba.de erlaubt mit ihrer Wertpapier Order Line ihren Kunden Tele-Brokerage mit Kauf, Verkauf, Orderänderung, Bestandsabfrage oder Orderstatus. Dank der natürlichsprachlichen Spracherkennung ist es möglich, alle Angaben einer Kauforder in einem Satz zu nennen. Das System prüft selbständig die Plausibilität und Vollständigkeit der Angaben. Auf unter 60 Ports bedient das System über 1.000 Anrufe am Tag mit einer Fallabschlussrate von knapp 50 Prozent, so die Ing-Diba. Das Modell der Ing-Diba wurde auch für die in diesem Jahr zum dritten Mal stattfindenden Bonner Voice Days http://www.voicedays.de in der Kategorie „Best Enterprise Service“ nominiert. Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, überrascht die Vorgehensweise der Banken nicht, weil die technischen Voraussetzungen längst ausgereift seien: „Die Kundschaft verlangt eine immer bessere Erreichbarkeit von den Banken, gleichzeitig zwingen Kostendruck und Wettbewerbssituation diese zu Rationalisierung und Kostensenkung. Die Verleihung der Voice Awards unterstreicht die Leistungsfähigkeit im Markt betriebener Sprachanwendungen.“

Für die Ausweitung des Programms der Voice Days vom 18. bis 19. Oktober im Alten Bundestag in Bonn kündigt Steimel Workshops und Tutorials an, mit denen vor allem Einsteiger in die Sprachtechnik erreicht werden sollen. „Wir wollen aber auch Interesse bei Mittelständlern wecken, die der Technologie noch skeptisch gegenüberstehen“, so Steimel weiter. „Mit der thematischen Erweiterung um ‚Mobile Lösungen’ und ‚Back-Office-Integration’ sprechen wir außerdem neue Besucher und Aussteller an.“

Auch kleinere Banken haben das Potenzial der Sprachdialogsysteme erkannt. So bietet die Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen mit der Telemar-Telebanking-Anwendung im Girobereich die Möglichkeit, Kontostandsabfrage, Daueraufträge und Überweisungen, Saldo- Umsatzabfragen und Kartensperrungen vorzunehmen. Auch kann der Kunde seinen telefonischen Zugang sperren, Öffnungszeiten erfragen, Nachrichten hinterlassen, seine Stammdaten verwalten und PIN-Änderungen vornehmen. Außerdem versteht das System auch die schwäbischen Aussprachevarianten des Deutschen. Knapp die Hälfte aller bei der Bank eingehenden Anrufe werden bei der Volksbank Waltrop über ein Sprachportal abgewickelt. Auch hier können Anrufer Überweisungen tätigen, Saldo-,

Kontostands- und PIN-Abfragen durchführen und ihre Geheimzahl sperren lassen. Die Anwendung unterscheidet die Kunden nach ihrem Status und bedient VIP-Kunden sogar bevorzugt.

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Business/Business/Studie:_Nur_jeder_vierte_Kunde_ist_mit_seiner_Hausbank_zufrieden_200609153301.html

http://openpr.de/news/100155/Studie-Nur-jeder-vierte-Kunde-ist-mit-seiner-Hausbank-zufrieden-Banken-setzen-auf-Sprachdialogsysteme-zur-Service-Verbesserung.html

http://www.prinside.de/de/studie-nur-jeder-vierte-kunde-ist-mit-seiner-hausbank-zufrieden-banken-setzen-auf-sprachdialogsysteme-r18799.htm

http://www.businessportal24.com/de/Studie_Nur_Kunde_Hausbank_54985.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1503

http://www.web4free.at/Artikel.1991

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24717

http://www.pronline.at/Studie%3A_Nur_jeder_vierte_Kunde_ist_mit_seiner_Hausbank_zufrieden_%96_Banken_setzen_auf_Sprachdialo.html

http://www.live-pr.com/studie-nur-jeder-vierte-kunde-ist-r1742.htm

http://pressemitteilung.ws/node/100312

http://www.prflash.de/handel-wirtschaft-finanzen-banken-versicherungen/101973/studie-nur-jeder-vierte-kunde-ist-mit-seiner-hausbank-zufrieden-banken-setzen-auf-sprachdialogsysteme-zur-service-verbesserung.htm

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22794.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1503

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_15_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://at-de.i-newswire.com/pr18650.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=157445&cmd=Anzeigen

http://www.openpr.de/news/100155/Studie-Nur-jeder-vierte-Kunde-ist-mit-seiner-Hausbank-zufrieden-Banken-setzen-auf-Sprachdialogsysteme-zur-Service-Verbesserung.html

Mit dem sprechenden Fahrplan zum Oktoberfest

Verkehrsbetriebe setzen auf automatisierte Auskunftsdienste

Von Gunnar Sohn

München/Bonn, 15. September 2006 - Gerade erst war der Papst da und mit ihm riesige Menschenmengen. Jetzt beginnt das Oktoberfest, dass alljährlich Millionen Touristen anzieht. Ob vom Marienplatz, dem Sendlinger Tor oder dem Englischen Garten: alle wollen zur Münchener Theresienweise und irgendwann in bierseliger Festlaune auch wieder nach Haus, oder zumindest dahin, wo eine Schlafgelegenheit wartet. Weil komplizierte Fahrpläne nicht jedermanns Sache sind, hat der Münchner Verkehrsverbund http://www.mvv-muenchen.de eine sprachgesteuerte Fahrplanauskunft eingerichtet. Dort gibt es Informationen zu allen 3.500 Haltestellen des ÖPNV in München, auf Wunsch werden die Ergebnisse auch als Fax oder SMS mitgeteilt: „In vielen Bereichen ist die automatisierte Selbstbedienung im Sprachportal nicht mehr wegzudenken", so Christoph Pause, Redakteur der Fachzeitschrift Teletalk http://www.teletalk.de. Nach Angaben des Münchner Verkehrsverbundes können über den sprechenden Fahrplan 75 Prozent aller Anrufe abschließend behandelt werden. Mit einer einfachen „Weiter"-Eingabe kann der Anrufer sich aber auch ins Call Center durchstellen lassen. Gestartet ist das Projekt pünktlich zur Fußball-Weltmeisterschaft und es wird mittlerweile von rund 50.000 Kunden täglich genutzt.

Auch andere Verkehrsbetriebe und Behörden haben die Attraktivität der Sprachportale entdeckt. Die Westfälische Verkehrsgesellschaft www.wvg-online.de gibt im Auftrag des Landes Nordrhein-Westfalen und aller Verkehrsbetriebe Anrufern ebenfalls Auskünfte zu den Fahrplänen an Rhein und Ruhr. Anrufer können sogar Verbindungen der Deutschen Bahn mit abfragen, weitere Leistungsmerkmale sind ein kostenloser SMS-Versand der Verbindungen für Mobilfunk-Anrufer oder die Integration mehrerer Fahrplanauskunftssysteme. Für die beteiligten Betreiber von Fahrplanauskünften in NRW ebenso wie für die Verbraucher bringt das System Qualitätsverbesserungen, weil ihre Anrufe bei Verkehrsgesellschaften bei „besetzt" automatisch auf Sprachplattformen umgeschaltet werden, Wartezeiten werden vermieden. Die Fahrplanauskunft des Hamburger Verkehrsverbunds http://hvv.de informiert Anrufer über alle Verbindungen in der Metropolregion zwischen Ost- und Nordsee. Zur Fußball-WM war dieses System in Englisch, Spanisch, Französisch und Deutsch verfügbar. Die einfach zu nutzende Anwendung bietet 1.000 bis 5.000 Anrufern am Tag auch durch die integrierte Fahrpreisauskunft Mehrwert.

In Hamm in Westfalen ist man bei der Stadtverwaltung sogar noch einen Schritt weiter. Über eine konvergente Netzwerkinfrastruktur wurde hier ein sprachgesteuertes Informations- und Alarmierungssystem verwirklicht. Bildlich gesprochen handelt es sich um eine synthetische Stimme, die einen festgelegten Empfängerkreis ereignisbezogen mit Informationen versorgt. Der Fachbegriff dazu lautet Interactive Voice Response (IVR). Für Hamm wurde ein automatisierter Notification Service entwickelt, für den die Alarmierung des Winterdienstes der erste Anwendungsfall ist. Je nach Jahreszeit und Wettervorhersage werden Schulhausmeister, deren Rufnummern in einer Datenbank hinterlegt sind, in Bereitschaft versetzt. Muss am Wochenende Schnee geräumt werden, werden ebenfalls die zuständigen Mitarbeiter informiert, statt sie wie bislang einzeln abzutelefonieren. Dazu wählt ein Mitarbeiter eine bestimmte Nummer, das System authentifiziert den Anrufer und ruft der Reihe nach alle zuständigen Mitarbeiter an, die den Anruf quittieren. Weil die Reaktion der Angerufenen sofort ablesbar ist, ist auch sofort ersichtlich, ob und wo ein Anruf nicht positiv empfangen wurde. Im Prinzip dürfte sich dieses Modell für jeden Fall nicht polizeilicher Schadensabwehr und für Katastrophenfälle eignen, vom Hochwasser bis zum Großbrand. Die Benachrichtigungsprozeduren können alle vorher definiert werden. Weil Zeit überlebenswichtig sein kann, können die Systeme bis zu 60 Anrufe gleichzeitig abarbeiten. Selbst Ersatzkräfte für den Reinigungsdienst von über 60 Schulen und 40 Verwaltungsstandorten werden mittlerweile auf dieser

Basis gesucht. Die Nutzerfreundlichkeit der Sprachanwendungen sei nach Analysen von Bernhard Steimel, Sprecher der Voice Business Initiative, die in diesem Jahr zum dritten Mal die Bonner Voice Days http://www.voicedays.de durchführt, deutlich besser geworden. Zu den in der Voice Days-Kategorie „Best Practice Award“ Nominierten gehört unter anderem die Auskunft des Hamburger Verkehrsverbundes.

Erschienen u.a. bei:

http://www.innovations-report.de/html/berichte/verkehr_logistik/bericht-70532.html

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/NENA_NEU.nsf/0/8DEDF69D9CE94368C12571EA002BC945?OpenDocument

http://www.b4bsupplements.de/index/B4Bsupplements/b4b_urlaub.html?naid=2049

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060915013

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060915013

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060915013

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=32789750

Wenn Roboter zu Nachtwächtern werden

In Bielefeld bringt man die Kommunikation von Mensch und Maschine voran

Verfasser: Ansgar Lange

Bonn/Düsseldorf, 18. September 2006 – Nachtwächter oder Nachtwachen sind vielfältigen Gefahren ausgesetzt. Das berühmte Gemälde „Die Nachtwache“ wurde im Jahr 1642 von dem niederländischen Maler Rembrandt fertiggestellt und hängt heute im Rijksmuseum in Amsterdam. 1975 fiel das Bild einem Säureattentat einer verwirrten Person zum Opfer und wurde stark beschädigt. Die Restauration gelang jedoch sehr gut. Noch dramatischer sind die Folgen in dem dänischen Erfolgsthriller „Nightwatch – Nachtwache“ aus dem Jahr 1994. Ein Student übernimmt den Job des Nachtwächters in der Pathologie eines Krankenhauses, um sein Studium zu finanzieren. Pech, dass gerade ein gruseliger Serienmörder sein Unwesen treibt. Da wäre es doch schön, wenn in Zukunft Roboter die Nachtschicht übernehmen könnten? Eine wirklichkeitsfremde Utopie? Nicht ganz. „Aber bis man mit dem künstlichen Nachtwächter ein Schwätzchen halten kann, wird noch einige Zeit vergehen. Die Forscher gehen von 30 bis 40 Jahren aus“, schreibt die Handelsblatt-Redakteurin http://www.handelsblatt.de Susanne Weiss.

Doch im Ernst: Roboter breiten sich in unserem Alltag immer stärker aus. Sie werden in die Alltags- und Arbeitsprozesse integriert. Doch bisher hapert es an der Übertragungstechnik. Um dies zu ändern, arbeiten die Forscher im DFG-geförderten Sonderforschungsbereich (SFB) „Alignmet in Communication“ http://www.uni-bielefeld.de an der Verbesserung der Mensch-Maschine-Kommunikation. Sprecher ist der Linguist Gert Rickheit, Professor für Psycholinguistik an der Universität Bielefeld. In der Mensch-Maschine-Kommunikation ziehe der Mensch bislang immer den Kürzeren. Seitdem immer mehr Maschinen in Arbeits- und Alltagsprozesse integriert würden, werde das zum Problem und zur Herausforderung für die interdisziplinäre Forschung von Neurowissenschaftlern, Psychologen, Linguisten und Informatikern, so Weiss.

Jens Klemann, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voiceaward.de, die auf den Voice Days http://www.voiceday.de jedes Jahr die Leistungen der neuesten Sprachcomputer prämiert, weist darauf hin, dass die Mensch-Maschine Kommunikation bereits heute vieles leisten kann: „Insbesondere in von vornherein fest umrissenen Kommunikationskontexten ist die sprachliche Kommunikation mit der Maschine längst möglich – und wird intensiv genutzt: Vermutlich hat jeder Bundesbürger bereits einmal beispielsweise mit dem Sprachcomputer einer Bank telefoniert und gestaunt, wie einfach es sein kann, sich per Telefon beim Telebanking-Computer Infos zum Kontostand oder zu Wertpapiernotierungen zu holen. Denn die Sprachtechnologie hat in den letzten Jahren aufsehenerregende Fortschritte gemacht, die eine fast schon ‚normale’ Unterhaltung mit der Maschine ermöglichen!“

Das Thema hat Zukunft, da Deutschland bei der Entwicklung von Servicerobotern weltweit einen Spitzenplatz einnimmt. In Bielefeld funktioniere die Schnittstelle Wissenschaft/Wirtschaft hervorragend, so Weiss. Aus dem SFB heraus würden Firmen gegründet. In der laufenden Arbeit kooperiere man zum Beispiel mit der Autoindustrie bei der Entwicklung „menschlicher“ Navigationsgeräte. Die sollten ihre sprachlichen Fähigkeiten verfeinern und sich besser an menschliche kognitive Fähigkeiten anpassen. In Zusammenarbeit mit Honda http://www.honda.de bauten die Forscher aus Ostwestfalen einen Laufroboter, der im Haushalt, in Archiven oder Magazinen, im Bergbau, in Kontrolle und Sicherheit arbeiten könne oder Bomben entschärfe.

Die Bielefelder Wissenschaftler wollen die Roboter motorisch und intellektuell verbessern, damit die Maschinen den Mensch besser dienen können und nicht umgekehrt. Dies ist nicht so einfach, denn Muster- und Spracherkennung sind höchst komplizierte Dinge, ganz abgesehen vom Gleichgewichtssinn, für dessen Entwicklung die Menschen „selbst Äonen brauchten“.

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/100498/Wenn-Roboter-zu-Nachtwaechtern-werden-In-Bielefeld-bringt-man-die-Kommunikation-von-Mensch-und-Maschine-voran.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-09/artikel-7004783.asp

http://www.ne-na.de/A556D3/nena/nena_neu.nsf/0/0AB82778949271E3C12571ED00467ED3?OpenDocument

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Wenn+Roboter+zu+Nachtw%E4chtern+werden+%96_883.html

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Wenn_Roboter_zu_Nachtwaechtern_werden_200609183333.html

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/24630557.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1522

http://pressemitteilung.ws/node/100403

http://www.web4free.at/Artikel.1998

http://www.prflash.de/it-news-media-software/102305/wenn-roboter-zu-nachtwaechtern-werden-in-bielefeld-bringt-man-die-kommunikation-von-mensch-und-maschine-voran.htm

http://www.firmenpresse.de/pressinfo22843.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-947.html

http://www.web4free.at/Artikel.1998

http://www.reporter7.com/de/5475/in-bielefeld-bringt-man-die-komm.htm

http://www.pr-inside.com/de/print19097.htm

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=157538&cmd=Anzeigen

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=32905220

http://at-de.i-newswire.com/pr18915.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_18_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.live-pr.com/wenn-roboter-zu-nachtw-chtern-werden-r1762.htm

Kino-Branchenverband: Wortmanns Sommermärchen wird ein Erfolg

Kinos ersetzen Bandansage durch moderne Sprachdialogsysteme

Von Andreas Schultheis

Nürnberg/Bonn, 20. September 2006 - Knapp ein Vierteljahr nach Ende der Weltmeisterschaft wird Fußball-Deutschland noch einmal den vierwöchigen Ausnahmezustand zelebrieren können. Zwar zeigt Sönke Wortmanns Film „Deutschland. Ein Sommermärchen“ nur zwei Stunden der deutschen Fußballreise. Die Kinos dürften aber ebenso voll besetzt sein wie alle Stadien und Plätze, an denen die Spiele der deutschen Mannschaft übertragen wurden. Und bis Ende Dezember, wenn das Werk in der ARD http://www.daserste.de laufen soll, werden wohl die Kassen klingeln. Für „Deutschland. Ein Sommermärchen“ hatte Wortmann die deutsche Nationalelf bei der Fußballweltmeisterschaft 2006 begleitet. Der Regisseur des „Wunders von Bern“ folgte der Mannschaft im deutschen Sommer bis in die Kabine, nahm die mitreißenden Ansprachen von Trainer Jürgen Klinsmann auf, die Freudenfeiern und auch die Tränen nach dem verlorenen Halbfinale gegen Italien. „Sönke Wortmann sagt, dass er wie ein Tierfilmer gearbeitet hat: ‚Langsames Anschleichen an diese Spezies’ Nationalspieler. Schließlich sei seine Kamera gar nicht mehr wahrgenommen worden“, so die Bildzeitung http://www.bild.de**.** Auf die Idee zu dem Projekt sei Wortmann gekommen, als 2002 einen Film des Franzosen Stéphane Meunier gesehen hatte, der die Equipe Tricolore auf deren Weg zum WM-Sieg 1998 begleitet hatte.

Anfang Oktober wird der Film in die Kinos kommen und manchen Hollywood-Blockbuster das Fürchten lehren. „Der Film bringt die Emotionen des letzten Sommers zurück“, sagt Michael Kölmel, Stadionbesitzer und - betreiber in Leipzig und Besitzer der Kinowelt http://www.kinowelt.de, die das Sommermärchen verleiht. „Ein Streit mit den Kinobetreibern konnte noch in der Nacht vor der ersten Aufführung in Berlin geschlichtet werden“, berichtet die Frankfurter Allgemeine Zeitung http://www.faz.net. Der Kino-Branchenverband HDF http://www.hdf-kino.de wünscht sich, dass der Film die Deutschen zurückversetzt in den letzten Sommer und rechnet laut Pressemitteilung damit, dass der Film „auf dem Weg zu einem großen und breiten Publikumserfolg“ wird. Verbandsvorsitzender Thomas Negele sprach von der Chance für die Kinos, „den Menschen unter akzeptablen Rahmenbedingungen die Emotionalität der Fußballweltmeisterschaft über die große Leinwand zu präsentieren.“

In Deutschlands umsatzstärksten Kino, dem Nürnberger Cinecittà http://www.cinecitta.com, hat man sich schon vor längerem für große Besucheranstürme gerüstet. Im Schnitt laufen hier wöchentlich 30 Filme für bis zu 40.000 Zuschauer. Moderne Kommunikationstechnik gehört wie in anderen Kinos seit Jahren natürlich dazu. Von der Bandansage frühre Tage, die das ganze Wochenprogramm abspulte, hat man Abschied genommen. Über ein Sprachdialogsystem können beispielsweise Informationen zum täglichen Programm abgerufen werden. Das System kommt mit „Was läuft denn heute Abend im Cinecittà?" ebenso zurecht wie mit „Ich will heute so gegen 20 Uhr den Film ‚Ab durch die Hecke’ sehen" und liefert die gewünschten Informationen, zu denen selbst Kurzbeschreibungen und Kritiken der Filme gehören. Auch die weiter Verbindung zur Kartenreservierung ist möglich.

Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die in diesem Jahr zum dritten Mal die Bonner Voice Days http://www.voicedays.de veranstaltet, sieht den Weg zu einem massenhaften Einsatz von Sprachdialogsystemen geebnet. „Sprachtechnologie ist längst den Kinderschuhen entwachsen und hat ihre Leistungsfähigkeit in vielen Branchen und Anwendungsfeldern eindrucksvoll bewiesen. Bei Entscheidern beginnt ein Umdenkprozess, da die vielen guten Beispiele sich herumsprechen. Dennoch werden Sprachanwendungen erst in 10 Prozent der sinnvollen Einsatzgebiete genutzt. Die Wirtschaft lässt so Automatisierungspotenziale und gute Ansätze zur Verbesserung des Kundenservices leider oft noch ungenutzt“, so Steimel. Für eine weitere positive Entwicklung der Sprachtechnologie im Markt sei es wichtig, dass Sprachdialogsysteme in punkto Nutzerfreundlichkeit und Bedienbarkeit noch besser werden.

Erschienen u.a. bei:

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Kino-Branchenverband:_Wortmanns_Sommermaerchen_wird_ein_Erfolg_200609203376.html

http://openpr.de/news/100823/Kino-Branchenverband-Wortmanns-Sommermaerchen-wird-ein-Erfolg-Kinos-ersetzen-Bandansage-durch-moderne-Sprachdialogsysteme.html

http://www.themenrelevanz.de/musik-und-medien/kino/24792846.html

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7653&mode=&order=0&thold=0

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1536

http://pressemitteilung.ws/node/100475

http://www.prflash.de/it-news-media-software/102604/kino-branchenverband-wortmanns-sommermaerchen-wird-ein-erfolg-kinos-ersetzen-bandansage-durch-moderne-sprachdialogsysteme.htm

http://werbepartner.de/p/service/pressemitteilungen?id=157604&cmd=Anzeigen

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=24838

http://www.pr-inside.com/de/rss/kinos-ersetzen-bandansage-durch-moderne-sprachdialogsysteme-r19368.htm

http://www.live-pr.com/kinos-ersetzen-bandansage-durch-moderne-r1780.htm

http://www.web4free.at/Artikel.2003

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Kino-Branchenverband:+Wortmanns+Sommerm%E4rchen+wird+ein+Erfolg_893.html

http://at-de.i-newswire.com/pr19036.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_20_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7653

http://www.reporter7.com/de/5530/kinos-ersetzen-bandansage-durch.htm

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,33372.html

Deutschland spielt bei Sprachautomatisierung in der ersten Liga:

Bonner Fachkongress Voice Days dokumentiert den Stand der Technik und Trends für die Zukunft

Steigerung der Dienstleistungsqualität für Verbraucher steht im Vordergrund

Bonn, 27. September 2006 – Voice Days 2006: Deutsche Leitveranstaltung für Sprachtechnologie vermittelt noch mehr Praxiserfahrung und Erfolgsbeispiele und adressiert neue Zielgruppen.

Das Innovationsklima in Deutschland hat sich nach Auffassung von Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) in den vergangenen zwei Jahren deutlich verbessert. „Initiativen wie ‚Land der Ideen' und ‚Partner für Innovation' haben die Bedeutung von technologischen Innovationen für die Wettbewerbsfähigkeit und weiteres Wirtschaftswachstum zu einem zentralen Leitthema gemacht. Deutschland spielt bei der Forschung und der Entwicklung von innovativen Sprachtechnologien schon heute in der ersten Liga. Bei der kommerziellen Umsetzung ist das enorme Anwendungspotential aber noch lange nicht ausgeschöpft. Es ist sehr erfreulich, dass die Initiative Voice Business bei dem ‚Roll-out' der Sprachtechnologie nicht nur in Großunternehmen, sondern zunehmend auch im Mittelstand einen großen Erfolg verzeichnen kann", sagt Wahlster, Schirmherr der Voice Days 2006 http://www.voicedays.de.

Der Bonner Fachkongress Voice Days, der vom 18. bis 19. Oktober 2006 im Alten Bundestag stattfindet, reflektiere diesen Trend zum Einzug der Sprachtechnologie in alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche. „Unter dem Motto ‚Sprache kommt an. Überall.' wird in Hauptvorträgen, Podiumsdiskussionen und Fachvorträgen anhand konkreter Praxisbeispiele über die vielfältigen Einsatzbereiche von Sprachtechnologie diskutiert. Dabei steht immer im Mittelpunkt, wie die Dienstleistungsqualität und der Mehrwert für den Endbenutzer durch innovative Lösungen weiter gesteigert werden kann. Die begleitende Fachausstellung ‚Best Practice Park' gibt Ihnen die Möglichkeit, mit Betreibern von Sprachlösungen aus verschiedensten Branchen den Dialog aufzunehmen. In speziell ausgerüsteten Telefonzellen können die Kongressbesucher aktuelle Sprachapplikationen selbst ausprobieren", so der Ausblick von Wahlster.

Im Future Park erlebe man schon heute die Zukunft. „Einrichtungen wie das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und andere renommierte Forscher mit starkem Praxisbezug zeigen hier, was in ihren Labors derzeit zur Serienreife gebracht wird: Etwa das Smart-Web, das kommunikative Oberklasse-Auto oder die multimodalen Telefonsäulen der Deutschen Telekom. In der Voice Klinik warten namhafte, unabhängige Berater und Fachexperten beantworten Fragen zu konkreten Anwendungen, die ‚Probleme machen'. Hier bekommt man eine händlerunabhängige Beratung von Profis, um Techniken zu verbessern", erklärt Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business.

Schwerpunkt des ersten Kongresstages ist der Markt- und Technologieüberblick. Professor Carl-Frank Westermann, Head of Sound Branding bei MetaDesign, spricht zum Thema „Der Ton macht die Musik! – Sprachautomatisierung als Medium der Markenkommunikation". Dr. David Namahoo, Speech CTO & Strategist des IBM Research Labs, wird den Blick auf „Trends und Strategien im Voice Business" richten. Im „Best Practice Forum" diskutieren Unternehmensvertreter über ihre Erfahrungen bei der Einführung von Sprachdialogsystemen. „Als Höhepunkt der Veranstaltung werden auf der festlichen Abendgala die besten deutschen Sprachapplikationen, die Gewinner des Voice Awards 2006, prämiert. Der zweite Kongresstag ist das Austauschforum für Interessenten und Fachleute – in 16 Fachgesprächen zu allen wichtigen Themenfeldern der Planung, Entwicklung und des Betriebes von Sprachanwendungen findet Wissenstransfer auf Top-Niveau statt", sagt Steimel.

Der Abschlusstag präsentiere zudem den Entwicklerwettbewerb „Voice Contest"". Hier könnten sich die Kongressteilnehmer einen Eindruck verschaffen, was man innerhalb von fünf Tagen für anspruchsvolle Anwendungen auf die Beine bekomme. Mit einem gewachsenen Informationsangebot und einem besser auf Anwender und Betreiber von Sprachanwendungen aus mittelständischen Unternehmen zugeschnittenen Programm wollen wir an die Erfolge der vergangenen beiden Jahre anknüpfen. Die Veranstaltung soll technischen Laien, Fachbesuchern und thematisch interessierten Managern einen Überblick und Einblick in Lösungsmöglichkeiten verschaffen. Manager, Geschäftsführer, Projektleiter, Marketingleiter, Kreative und technische Entscheider aus kleineren, mittelständischen und großen Unternehmen und Agenturen finden in Bonn ein sehr gutes und kompaktes Forum", so Steimel.

Anmeldungen zum Kongress über die Website der Brancheninitiative:
http://www.voicedays.de/voicedayregistration/

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060928014

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Deutschland_spielt_bei_Sprachautomatisierung_in_der_ersten_Liga_200609283471.html

http://www.businessportal24.com/de/Deutschland_Sprachautomatisierung_Liga_57736.html

http://openpr.de/news/101880/Deutschland-spielt-bei-Sprachautomatisierung-in-der-ersten-Liga-Bonner-Fachkongress-Voice-Days-dokumentiert-den-Stand-der-Technik-und-Trends-fuer-die-Zukunft.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7716&mode=&order=0&thold=0

http://www.itnewsbyte.com/de/news/nws138530,,.htm

http://telekom-praxis.schiele-schoen.de/zeitschrift/allgemein/aktuell/news_detail.asp?id=2885

http://www.zdnet.de/news/business/0,39023142,39147603,00.htm

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Deutschland-spielt-bei-Sprachautomatisierung-in-der-ersten-Liga/3470

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25027

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060928014

http://www.innovationreport.info/html/berichte/veranstaltungen/bericht-71297.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060928014

http://www.firmenpresse.de/print-pressinfo23143.html

http://www.businessportal24.com/de/Deutschland_Sprachautomatisierung_Liga_57736.html

http://voipclass-forum.de/showthread.php?p=7764

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Deutschland+spielt+bei+Sprachautomatisierung+in+der+ersten+Liga_921.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1587

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7716

http://at-de.i-newswire.com/pr19764.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,33892.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_09_28_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.live-pr.com/bonner-fachkongress-voice-days-dokumentiert-den-r1851.htm

http://www.pr-inside.com/de/bonner-fachkongress-voice-days-dokumentiert-den-stand-der-technik-und-trends-fuer-die-zukunft-r20335.htm

http://www.web4free.at/Artikel.2013

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=157769&cmd=Anzeigen

Sprachcomputer Clarissa als Crew- Assistentin im Weltraumeinsatz

Wie einst bei Star Trek: Sprachgesteuerte Crew-Assistentin unterstützt ISS-Besatzung – Bonner Voice Days zeigen Anwendungsmöglichkeiten

Verfasser: Gunnar Sohn, Andreas Schultheis

Bonn, 30. September 2006 - Für einen Teil der Schöpfung ist es wohl eine Vorstellung aus einer anderen Welt: Die Frau, die immer zuhört und Anweisungen tatsächlich befolgt. Sie hört auf den Namen Clarissa, und ihr Zuhause ist die Internationale Raumstation ISS http://www.nasa.gov. Allerdings ist sie keine Weltraumtouristin, sondern ein sprachgesteuertes Computersystem, das die Astronauten bei ihrer täglichen Arbeit unterstützt. „Astronauten sind viel beschäftigte Leute“, sagt Jean-Michel Renders, Spezialist für lernfähige Systeme beim IT-Konzern Xerox http://www.xerox.com, gegenüber der Zeitschrift Technology Review http://www.heise.de/tr. „Sie haben pro Tag oftmals Hunderte verschiedener Prozeduren zu bewältigen, und man befindet sich in Schwerelosigkeit.“ Schon das bloße Tippen auf einer Tatstatur werde da zum Problem. „Die Sprachsteuerung soll den Astronauten ermöglichen, ihre Hände und Augen für andere Aufgaben als die Computerbedienung einzusetzen“, so die Zeitschrift. Die Xerox-Wissenschaftler waren an der Entwicklung der sprachgesteuerten Crew-Assistentin Clarissa maßgeblich beteiligt. Für Fans der Kultserie Star Trek ist diese Entwicklung jedoch keine Sensation. Schon vor 40 Jahren, als die Enterprise-Besatzung sich anschickte, unendliche Weiten zu erkunden, gab Captain Kirk seine Befehle direkt an einen Computer. „Der wirkliche Wert des Systems liegt nicht in der Verbesserung der puren Genauigkeit der Spracherkennung, sondern vor allem im Effizienzgewinn für den Astronauten“, so Renders. US-Astronaut Michael Finke stimmt ihm zu: Untersuche man beispielsweise eine Wasserprobe und müsse gleichzeitig mehrere Seiten Arbeitsanleitung lesen, mache das im All schon gewaltige Probleme. „Dann mit dem System sprechen zu können und die Schritt-für-Schritt-Anleitung hören zu können, während meine Hände frei sind um die Prozedur durchzuführen, wird fast so sein als hätten wir ein weiteres Crewmitglied“, berichtet der Onlinedienst Treknews http://www.treknews.de.

Längst hat man auch 400 Kilometer von der ISS entfernt die Vorteile von Sprachanwendungen erkannt. Unternehmen und Behörden nutzen die Sprachtechnologie, um Geschäftsabläufe zu verschlanken und den Service mit automatisierten Bestell-, Auskunfts- oder Alarmierungsdiensten zu verbessern. „Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Feuerwehr und Polizei, Städte und Kommunen können zeitkritische Informationen wie Katastrophenalarme oder die Mobilisierung von Winterdiensten übermitteln, im Verkehrswesen kann man Meldungen über Verspätungen und Staus verbreiten“, berichtet die Zeitschrift Teletalk http://www.teletalk.de. Die Stadt Hamm in Westfalen betreibt bereits einen solchen Service: Für Hamm wurde ein automatisierter Notification Service entwickelt, für den die Alarmierung des Winterdienstes der erste Anwendungsfall war. Je nach Jahreszeit und Wettervorhersage werden jetzt Schulhausmeister, deren Rufnummern in einer Datenbank hinterlegt sind, in Bereitschaft versetzt. Muss am Wochenende Schnee geräumt werden, werden ebenfalls die zuständigen Mitarbeiter informiert. Für Professor Wolfgang Wahlster, Leiter des Instituts des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www2.dfki.de, haben sich Sprachanwendungen beachtlich weiterentwickelt.

„Heute können Firmen eine Sprachautomatisierung ohne große Investitionen realisieren, die Folgekosten sind gering und die Technik funktioniert jetzt wirklich“, so der Wissenschaftler, der auch Schirmherr der diesjährigen Bonner Voice Days http://www.voicedays.de ist. Der Fachkongress findet am 18. und 19. Oktober 2006 im Alten Bundestag statt und zeichnet unter anderem die besten Sprachanwendungen des Jahres aus. „Zudem besteht die Möglichkeit, die Systeme auf Mietbasis einzuführen, so dass auch Mittelständler den Zugang zu dieser Technologie bekommen", so Wahlster. Kreuzfahrtanbieter AIDA Cruises http://www.aida.de beispielsweise setzt auf Sprachautomatisierung vor allem zur Call Center-Entlastung im Inbound-Betrieb. Reise-Stornierungen werden bei AIDA Cruises per Sprachsteuerung verarbeitet. Die Call Center Agenten können sich auf das Verkaufen von

Reisen konzentrieren. Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die die Voicedays veranstaltet, ist sicher, dass die Sprachautomatisierung nicht mehr aufzuhalten ist. „Bei Entscheidern beginnt ein Umdenkungsprozess, da die vielen guten Beispiele sich herumsprechen. Das Potenzial ist enorm. Das werden auch die Voicedays zeigen. Dennoch werden Sprachanwendungen erst in zehn Prozent der sinnvollen Einsatzgebiete genutzt."

So habe der Automobilzulieferer Siemens VDO Automotive http://www.siemensvdo.de erst vor kurzem angekündigt, beispielsweise die Möglichkeiten bei der Sprachsteuerung zur Bedienung unterschiedlicher Funktionen im Fahrzeug zu erweitern. Zurzeit seien rund 70.000 Orts- und Straßennamen mit der Spracherkennung von Navigationssystemen adressierbar. 2012 soll das System bis zu 300.000 Wörter verarbeiten können. Dazu muss das System nun Vokabeln lernen, berichtet der Fachinformationsdienst Auto Service Praxis http://www.autoservicepraxis.de.

Erschienen u.a. bei:

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=060930011

http://www.diagramm.net/news_detail.php?id=3669

http://derstandard.at/?url=/?id=2607305

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=060930011

http://de.news.yahoo.com/30092006/295/sprachcomputer-clarissa-crew-assistentin-weltraumeinsatz-0.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=060930011&phrase=steimel

Chancen des Netzwerkmanagement

Unternehmen in der postindustriellen Ära

Von Gunnar Sohn

Bonn, 2. Oktober 2006 - Nach Prognosen von Wirtschaftsexperten stehen die westlichen Volkswirtschaften vor einer Zäsur: Steuersysteme, Wertsysteme, Zeitrhythmen und soziale Hierarchien werden zwar immer noch nach großindustriellen Maßstäben getaktet in einer Welt der Lohnabhängigen: Nach einem Marktreport des Stuttgarter IT-Dienstleisters Nextiraone sind diese Mechanismen aber nicht mehr zukunftsfähig: „Die postindustrielle Ära, in der wir uns nun schon seit mindestens zwei Jahrzehnten befinden, erfordert ganz andere berufliche Fähigkeiten als im Zeitalter der Industrialisierung: Wissensmanagement, lebenslanges Lernen, kommunikative Kompetenz, Kundenfreundlichkeit und Sprachkenntnisse. Wir brauchen für die Dienstleistungsberufe eine Produktivitätsrevolution durch klügeres Arbeiten“, so die Analyse von Nextiraone http://www.nextiraone.de, einem weltweit tätigen Unternehmen, das sich auf die Systemintegration in der Informationstechnik und Telekommunikation spezialisiert hat. In der industriellen Güterproduktion sei klügeres Arbeiten nur einer von mehreren Schlüsseln höherer Produktivität, für die Dienstleistungsgesellschaft der einzige. Intellektuelles Kapital sei heute der entscheidende Wirtschaftsfaktor. Ohne Produktivitätssteigerung in Dienstleistungsberufen und ohne Innovationen bei den Arbeitsabläufen und Kundenkontakten werde man vom Markt gefegt. All die Unternehmen, die durch einen massiven Nachfragerückgang in den vergangenen Jahren gekennzeichnet waren, mussten ganz massiv auf der Serviceproduktivitätsseite arbeiten. Und hier spiele der Einsatz von Informationstechnik und Telekommunikation eine entscheidende Rolle.

Wie man mit einer durchdachten Strategie das Internet für unternehmerische Geschäfte einsetzen kann, beleuchtet das vom Heise-Verlag herausgegebene Buch „OpenBC – Netzwerken leicht gemacht“ von Stephan Lamprecht. Es beschäftigt sich mit der Erfolgsgeschichte des 2003 in Hamburg gegründeten Netzwerkes OpenBC. Mittlerweile hat sich das Online-Portal zu einer der großen Drehscheiben für Geschäftskontakte im Internet entwickelt. 1,5 Millionen Mitglieder weltweit fahnden hier nach nützlichen Kontakten, wichtigen Infos, Aufträgen, neuen Mitarbeitern, Jobs, Kunden und Ideen. Das Handwerkszeug der Netzwerker ist schlicht: das eigene Profil, ein stets aktuelles Adressbuch aller Mitglieder, Diskussionsforen, eine interne Such- und E-Mail-Funktion - das genügt völlig, um in der Geschäftswelt Fuß zu fassen.

„Noch bevor Begriffe wie Web 2.0 oder Social Software geprägt wurden, hatte der Open Business Club https://www.openbc.com bereits seine Pforten geöffnet. Viel Feind, viel Ehr! Die Idee von OpenBC hat inzwischen zahlreiche Nachahmer gefunden. Den vielen durchdachten Funktionen der Plattform ist jedoch anzumerken, dass sie auf jahrelange Erfahrungen zurückblicken kann. Nachdem ich mich zu einer Mitgliedschaft entschlossen hatte und mich intensiver mit dem Netzwerk beschäftigt hatte, stieß ich fast täglich auf neue Funktionen und Möglichkeiten. Die Idee zu diesem Buch war geboren“, schreibt Lamprecht. Im Grunde fungiere OpenBC nicht als fertiges Netzwerk, sondern als eine riesige Datenbank, die Mitglieder nutzen können, um sich damit ein eigenes Kontaktgeflecht aufzubauen. Vom Schreinermeister bis zum Vorstandsvorsitzenden sei jeder willkommen. Die bunt zusammengewürfelte OpenBC-Gemeinde stelle eine reale Abbildung der Wirtschaft dar, deshalb könne jeder sein individuelles Netzwerk knüpfen. Wer eine Gebühr von 5,95 Euro pro Monat bezahlt, kommt in den Genuss sämtlicher 400 Netzwerk-Instrumente, die OpenBC für seine Fädenzieher bereithält. Nicht zahlende Mitglieder können zwar ein eigenes Profil anlegen, Gruppen wie "Freiberufler Projektmarkt" beitreten, begrenzt nach Kontakten suchen und solche auch anbahnen - doch dann ist Schluss. Die interne E-Mail-Funktion oder die uneingeschränkte Personensuche bleibt ihnen verwehrt.

Ob der eher konservativ geprägte Mittelstand in Deutschland von solch modernen Instrumenten des Netzwerkmanagements Gebrauch macht, ist eine Frage, die zwei Sammelbände, herausgegeben von

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Friederike Welter vom Rheinisch-Westfälischen Institut für Wirtschaftsforschung, untersuchen: „Computer und Internet, aber vor allem Dezentralisierung, Flexibilisierung, Outsourcing und Networking forcieren die Herausbildung neuer Unternehmensformen und dabei vorwiegend von kleinstbetrieblichen Gebilden, mit denen Serviceanbieter, Wissens- und Telearbeiter vom Individuum zur Firma werden. Gegenwärtig ist - zumal nach der dot.com-Krise – eher unklar, in welchem Umfang Freelancing oder gar E-lancing gegenüber anderen Formen dezentralisierter Arbeit an Bedeutung gewann“, schreiben René Leicht und Ralf Philipp vom Mannheimer Institut für Mittelstandsforschung in dem Band „Dynamik im Unternehmenssektor: Theorie, Empirie und Politik“.

Traditionelle Beschäftigungsverhältnisse sind auf dem Rückzug

Nach Erfahrungen des Personalexperten Udo Nadolski vom Düsseldorfer Beratungshaus Harvey Nash http://www.harveynash.com/de sind die traditionellen Beschäftigungsverhältnisse schon längst auf dem Rückzug. Befristete Arbeitsverträge und Zeitarbeit würden in Deutschland schon seit langem eingesetzt, um in einem verkrusteten Arbeitsmarkt ein wenig Flexibilität zu gewinnen. So sei die Zahl der Zeitarbeitnehmer hierzulande auf rund 500.000 Menschen angestiegen. Ein Plus von 15 Prozent im Vergleich zum Jahr 2004. Und dabei handele es sich nicht nur um Hilfsarbeiter, sondern auch um hochqualifizierte Arbeitskräfte. Die Zahl der Beschäftigten in Dienstleistungsberufen kletterte um rund 20 Prozent auf 130.000, in den technischen Berufen um 12 Prozent auf 19.000. Hochspezialisierte Problemlöser und Wissensarbeiter gehörten mittlerweile zum Leittyp der Freelance- und E-lance-Economy. So beurteilen das auch die amerikanischen Forscher Robert Laubacher und Thomas Malone. Die Autoren Leicht und Philipp schreiben dazu:

„Mit Blick auf eine durch Informationstechnologien veränderte Arbeitslandschaft schwärmen sie von neuen netzwerkartigen Wertschöpfungsgemeinschaften, in welchen sich Einzelunternehmer temporär und virtuell zu Teams zusammenfinden....Zumindest mit Blick auf die sogenannten Online-Projektbörsen, in welchen sich Freelancer zu Serviceangeboten zusammenschließen, gibt es wohl auch in Deutschland Anzeichen vernetzter Einpersonen-Selbständigkeit. Insgesamt, so das Credo vieler Experten, würden sich völlig neue Typen freiberuflicher Beschäftigung ergeben, die mit viel Autonomie und Wissen, aber vor allem mit einem PC ausgestattet sind“.

Generell seien die klein- und mittelständischen Unternehmen noch nicht für die multimediale Welt gerüstet. Das belegen die Beiträge im zweiten Band unter dem Titel „Der Mittelstand an der Schwelle zur Informationsgesellschaft“. So schreiben Friederike Welter und Bernhard Lageman:

„Die großen Unternehmen sind heute bei der intelligenten Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien fraglos Vorreiter, während in vielen klein- und mittelständischen Unternehmen der Computer immer noch eher als Schreibmaschinenersatz denn als intelligentes Instrument zur Reorganisation und Optimierung betrieblicher Strukturen dient. Dies hat zum Teil mit der Ressourcenknappheit, manchmal auch mit einem gewissen Konservatismus der Mittelständler zu tun. Schwerer wiegt etwas anderes: mittelstandsgerechte Geschäftssoftware drängt erst seit neuer Zeit massiv auf dem Markt vor, nachdem von den Softwareanbietern zunächst konzentriert das schein lukrativere Feld der Großunternehmen angesprochen worden war“. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müsse sich der Mittelstand stärker mit dem Netzwerkmanagement auseinandersetzen. Das baue auf der Kooperationsbereitschaft der Unternehmen auf – hier hinke Deutschland gegenüber den nordischen Staaten hinterher. Zudem müsste der Mittelstand die elektronischen Medien cleverer einsetzen. Das stärkste Potential sehen Welter und Lageman auf den vorderen Stufen der industriellen Zuliefererketten. Hier werde nichts mehr ohne Vernetzung laufen, während weite Bereiche der Dienstleistungswirtschaft auch auf lange Sicht ohne ein verstärktes Engagement in der Informations- und Kommunikationstechnologie auskommen könnten.

Diese Prognose stößt bei Branchenkennern auf Kritik: So erwartet Jens Klemann von der Bad Homburger Unternehmensberatung Strateco den größten Wachstumsschub in der Servicesparte. „In den vergangenen fünf Jahrzehnten ging die Zahl der Erwerbstätigen im produzierenden Gewerbe von

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

46 Prozent auf 26 Prozent zurück, während im Dienstleistungssektor diese Zahl von 32 Prozent auf 72 Prozent anstieg – 71,9 Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland waren 2005 in Branchen wie Handel, Gastgewerbe, bei Banken oder im Verkehrssektor beschäftigt. Deutschland positioniert sich für den immer härteren globalen Kampf um gesellschaftlichen Reichtum – und damit wird auch die Frage nach der Automatisierung und Produktivitätssteigerung von Serviceprozessen immer wichtiger“, so Klemann, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de. Pioniere seien die Unternehmen der Finanzbranche und der Telekommunikation. Aber auch in anderen Servicebranchen wie Touristik, Logistik oder Handel gebe es interessante Entwicklungen. In der Touristik setzten Konzerne wie AIDA Cruises, Anbieter von Kreuzfahrtreisen, auf Sprachautomatisierung vor allem zur Entlastung der Call Center. Reise-Stornierungen liefen per Sprachsteuerung ab – die Call Center Agenten könnten sich auf das Verkaufen von Reisen konzentrieren, anstatt Zeit damit zu verlieren, erfolglos einen zum Reiserücktritt schon entschlossenen Kunden umzustimmen. Im Reiseland Österreich gebe es erste Ansätze, Hotelbuchungen oder Gästezufriedenheitsbefragungen per Sprachcomputer abzubilden. Die Informationsgesellschaft biete viel mehr Perspektiven, als von Welter und Lageman dargestellt.

Stephan Lamprecht: OpenBC – Netzwerken leicht gemacht, Heise Zeitschriften Verlag, Hannover 2006, 155 Seiten, 14 Euro; Friederike Welter (Herausgeber): Der Mittelstand an der Schwelle zur Informationsgesellschaft, Verlag Duncker & Humblot, Berlin, 2005, 186 Seiten, 72 Euro; Friederike Welter (Herausgeber): Dynamik im Unternehmenssektor. Theorie, Empirie und Politik. Verlag Duncker & Humblot, Berlin 2005, 204 Seiten, 72 Euro.

Beitrag aus der Herbstausgabe des Printmagazins NeueNachricht mit dem Fokusthema: Dienstleistungsökonomie oder Industriekapitalismus? Das Einzelheft kostet 8,20 Euro. Bestellungen per Fax unter: 0228 – 620 44 75, E-Mail: baerbel.goddon@sohn.de oder über die Website www.ne-na.de (Bestellbutton links).

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/102274/Chancen-des-Netzwerkmanagements-Unternehmen-in-der-postindustriellen-Aera.html

http://www.4.am/Business/Business/Chancen_des_Netzwerkmanagements_%96_Unternehmen_in_der_postindustriellen_Ae%0D%0A%D6ra_200610023507.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1613

http://www.pr-newsticker.de/pressemeldung/321113

http://www.web4free.at/Artikel.2022

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/25822537.html

http://www.businessportal24.com/de/Chancen_Netzwerkmanagements_Unternehmen_AEra_58305.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7075085.asp

http://www.boersenwelt.de/xist4c/web/ne-na-de-Chancen-des-Netzwerkmanagements---Unternehmen-in-der-postindustriellen-Aera_id_64__dId_6012799_.prhtm;jsessionid=5E5F7FB9CD1398B255DAD487592D2548

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=157863&cmd=Anzeigen

http://www.live-pr.com/print1892.htm

http://www.prflash.de/medien-telekommunikation/103903/chancen-des-netzwerkmanagements-unternehmen-in-der-postindustriellen-aera.htm

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

http://www.pr-inside.com/de/chancen-des-netzwerkmanagements-unternehmen-in-der-postindustriellen-aera-r20759.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Chancen_des_Netzwerkmanagements__933.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_02_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23219.html

http://www.reporter7.com/de/5870/chancen-des-netzwerkmanagements.htm

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Innovationsmöglichkeiten in der Logistik längst nicht ausgereizt - Verkürzung von Konfektionierungszeiten durch Sprachtechnologie

Bonn, 3. Oktober 2006 - Auch wenn Städte und Gemeinden klagen, dass sie aufgrund schlechter Verkehrsanbindungen und unzumutbarer Straßenzustände kaum Gewerbebetriebe anlocken können, scheint es um den deutschen Güterverkehr und die Logistikbranche bestens bestellt.

„Der Logistikstandort Deutschland hat spätestens seit der EU-Osterweiterung aufgrund seiner zentralen Lage und der guten Infrastruktur ein großes Entwicklungspotenzial“, analysiert das Magazin Visavis http://www.visavis.de. Derzeit seien über 2,6 Millionen Arbeitskräfte in diesem Dienstleistungssektor beschäftigt, die mehr als 150 Milliarden Euro im Jahr erwirtschaften. EU-weit, so die Zeitschrift Technology Review http://www.heise.de/tr würden jährlich etwa 800 Milliarden Euro für die Logistik ausgegeben. Und diese Branche erbringt mittlerweile Hightech-Leistungen. „Wenn Fachmessen tatsächlich Konjunkturbarometer sind, dann darf sich die Verpackungswirtschaft in Deutschland und den Nachbarländern auf einen heißen Herbst freuen“, so die Prognose von Claus Rättich, Mitglied der Nürnberg Messe-Geschäftsleitung http://www.nuernbergmesse.de, nach Abschluss der Fachmesse Logintern http://www.logintern.de Ende September, die gemeinsam mit den Fachmessen PrintPack und FachPack durchgeführt wurde. Besonders der Verpackungsmaschinenbau sei eine Wachstumsbranche, so die Pressemitteilung der Nürnberger Messe. Das Produktionsvolumen dieser Branche betrage weltweit rund 19 Milliarden Euro. Mit einem Anteil von 23 Prozent an der Weltproduktion sei Deutschland Spitzenreiter vor Italien und den Vereinigten Staaten.

Logistik umfasst heute viel mehr als bloße Zustelldienste. „Das Potenzial für Innovationen in der Logistik gilt als längst noch nicht ausgereizt“, so Technology Review. Vor allem durch die Weiterentwicklung der Informationstechnik lasse sich noch vieles verbessern, beispielsweise durch den Einsatz der so genannten RFID-Technologie. Die Radio Frequency Identification Devices sind Chips, deren Daten ohne Anbindung an einen Computer ausgelesen werden können. Sie könnten beispielsweise als Container-Etikett Verwendung finden. Ein Blick in den Hamburger Hafen zeigt den Wandel im Logistiksektor. Hier ist der modernste Container-Terminal der Welt entstanden.

Bereits Realität ist der Einsatz von Sprachdialogsystemen in der Logistik. Der Handelskonzern Rewe http://www.rewe.de hat sein Lagerpersonal im Zentrallager Westfalen mit sprachgesteuerten Endgeräten ausgestattet. Statt wie vorher mit Handhelds umherzulaufen, Listen abzuarbeiten und zu bestätigen, haben sie nun einen Kopfhörer und bekommen Schritt für Schritt angesagt, was sie zu konfektionieren haben. Man bestätigt den Ladevorgang per Sprache. Durch die Umstellung von Touchpad-Steuerung der Lagerarbeit auf Sprachsteuerung können die Konfektionierungszeiten erheblich verkürzt werden. Analysten wie Praktiker sehen große Potenziale auch bei mobilen Servicekräften. So lassen sich Teile der Prozesskette von der Auftragsannahme bis hin zur Rechnungsstellung per Sprachsteuerung ebenso automatisieren wie Help Desk-Services. Und auch Bestell- oder Buchungsprozesse lassen sich hervorragend automatisieren. Mit der automatischen Vermittlung der Lufthansa Cargo http://www.lufthansa-cargo.com etwa können Mitarbeiter einer Spedition sich über das Sprachdialogsystem zum jeweils zuständigen Lufthansa-Ansprechpartner direkt verbinden lassen.

„Sprachanwendungen sind da interessant, wo auf Anwendungen zugegriffen werden soll, ohne dass ein Internetzugang verfügbar ist“, sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die am 18. und 19. Oktober die Bonner Voice Days http://www.voicedays.de durchführt. „Die zunehmende Erfahrung mit der Integration von Sprachdialogsystemen in hochkomplexe IT-Architekturen zeigt, dass Sprachanwendungen nahtlos in bestehende Umgebung eingebettet werden können.“ Die sprachgesteuerte Interaktion mit aller Art von Geräten müsse allerdings auch von den Menschen in den Serviceberufen angenommen werden. Die Voice Days im Alten Bundestag sollen vor allem kleine und mittlere Unternehmen mit dem Thema vertraut machen, die Sprachdialogsystemen noch skeptisch gegenüber stehen. „Dabei steht immer im Mittelpunkt, wie die Dienstleistungsqualität

und der Mehrwert für den Endbenutzer durch innovative Lösungen weiter gesteigert werden kann“, sagt Professor Wolfgang Wahlster, Schirmherr der Voice Days und Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de. Zu den Referenten und Podiumsteilnehmern der Voice Days gehören Thomas Berlemann, Geschäftsführer Kundenservice T-Mobile Deutschland http://www.t-mobile.de und Dr. Eberhard Kurz, Leiter der Informationstechnik im Vorstandsressort Personenverkehr der Deutschen Bahn AG http://www.db.de. Sie werden unter anderem über die Erfahrungen ihrer Unternehmen bei Planung, Einführung und Nutzung der jeweiligen Sprachdialogsysteme berichten. Außerdem werden beim dritten deutschen Voice Contest die besten Sprachapplikationen des Jahres ausgezeichnet.

Akkreditierung für den gesamten Kongress „Voice Days“ vom 18. bis 19. Oktober 2006 und Anmeldung für die Pressekonferenz am 19. Oktober 2006, um 11 Uhr jeweils im Alten Bundestag, Görrestrasse 15, 53113 Bonn, über Claudia Klemp, nic.pr, Tel: 0228 – 620 43 82; E-Mail: claudia.klemp@nic-pr.de

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=33825695

http://openpr.de/news/102444/Innovationsmoeglichkeiten-in-der-Logistik-laengst-nicht-ausgereizt-Verkuerzung-von-Konfektionierungszeiten-durch-Sprachtechnologie.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34203.html

http://www.businessportal24.com/de/Innovationsmoeglichkeiten_Logistik_58568.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1619

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23243.html

http://www.oppt.de/de/news/artikel/1646/1.html

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7086825.asp

http://mylogistics.net/de/news/themen/key/news570842/jsp

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25136

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=157917&cmd=Anzeigen

http://www.pronline.at/Innovationsm%F6glichkeiten_in_der_Logistik_l%E4ngst_nicht_ausgereizt_-_Verk%FCrzung_von_Konfektionieru.html

http://pressemitteilung.ws/node/100785

http://www.logistikmarkt.ch/de/news/print_themen1.jsp?key=news570842

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Innovationsm%F6glichkeiten+in+der+Logistik+l%E4ngst+nicht+ausgereizt+_940.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_04_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.web4free.at/Artikel.2025

http://www.pr-inside.com/de/innovationsmoeglichkeiten-in-der-logistik-laengst-nicht-ausgereizt-verkuerzung-von-konfektionierungszeiten-durch-sprachtechnologie-r21054.htm

http://www.live-pr.com/innovationsm-glichkeiten-in-der-logistik-r1903.htm

http://www.reporter7.com/de/5910/innovationsmoeglichkeiten-in-der.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr20206.html

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/25991966.html

http://www.4.am/Business/Business/Innovationsmoeglichkeiten_in_der_Logistik_laengst_nicht_ausgereizt_200610043523.html

Sprachautomatisierung für Kundenkontakte am wichtigsten

Vista-Betriebssystem von Microsoft könnte neue Standards setzen

Verfasser: Gunnar Sohn

Bad Homburg/Bonn, 06. Oktober 2006 - Nach einer aktuellen Umfrage der Voice Community http://www.voice-community.de, an der 116 Entscheider aus der Branche für Sprachautomatisierung teilnahmen, wird der Sprachcomputer-Einsatz im kommenden Jahr vor allem durch die Kundenkontaktqualifizierung getrieben. 92,5 Prozent der Umfrage-Teilnehmer sind der Ansicht, dass das sprachgesteuerte sogenannte Call-Routing den größten Einfluss auf die Marktentwicklung nehmen wird, gefolgt von Self Service-Portalen (87,5 Prozent), Auskunfts- und Infodiensten (85 Prozent) sowie Workflow-Systemen, Track & Trace-Diensten und Bestellsystemen (je 72,5 Prozent). Bei der Umfrage wurden auch die für den Markt wesentlichen Innovationen für die kommenden zwei Jahre identifiziert: Standard-Applikationen (22,5 Prozent), Managed Services (20 Prozent) und die Integration von VoIP (17,5 Prozent) zählen dabei zu den wichtigsten Themen. Dieser Trend spiegelt sich auch im Markt wieder: Auf den Voice Days 2006 http://www.voicedays.de , die am 18. und 19. Oktober in Bonn stattfinden, stellen über 60 Aussteller ihre Lösungen vor, darunter auch innovative Standardanwendungen, die als Managed Service angeboten werden.

"Diese Ergebnisse decken sich auch mit unseren Marktbeobachtungen - bei verschiedensten Anbietern stehen Standardanwendungen kurz vor dem Roll-out. Damit können künftig endlich auch Unternehmen mit geringerem Anrufaufkommen von den Möglichkeiten der Sprachtechnologie profitieren, ohne im Vorfeld große Investitionen tätigen zu müssen", so die Analyse von Jens Klemann, Mitherausgeber der Voice Community.

Das Voice-User-Interface ist aus Branchensicht nach wie vor der wichtigste Erfolgsfaktor - mehr als 80 Prozent der Befragten werten das als größte Herausforderung. Auch die Akzeptanz von Sprachdialogsystemen bei Entscheidern muss verbessert werden - das gab mehr als jeder zweite Befragte zu Protokoll. "Langsam setzt sich in der Branche die Einsicht durch, dass die Erwartungen der Nutzer im Vordergrund stehen müssen, wenn Anwendungen erfolgreich sein sollen. Auf der SpeechTek-Konferenz in New York wurde in diesem Jahr erstmals deutlich, wie man die Bedeutung der Grammatikentwicklung für richtig gute Voice User Interfaces bislang unterschätzt hat", sagt Tom Houwing von der Beratungsfirma voiceandvision http://www.vui-experts.com. Auch das Thema Natural Language Understanding, das eng damit verbunden sei, werde jetzt ernster genommen.

Für die Marktdurchdringung hält Houwing das neue Vista-Betriebsystem von Microsoft für wichtig: "Wenn es Microsoft gelingt, mit Vista die breite Masse der Verbraucher an die Sprachinteraktion mit Maschinen heranzuführen, so wird das enorme Auswirkungen haben: Microsoft kann damit Standards setzen, wie sie es bei den grafischen Benutzeroberflächen taten. Idiome, Befehle und Funktionen werden die Verbraucher dann von Microsoft erlernen - mit den entsprechenden Folgen für die Nutzerschnittstellen anderer Sprachanwendungen, die sich den daraus resultierenden Erwartungen der Nutzer stellen müssen", prognostiziert Houwing.

Microsoft stelle mit Vista die ganze Microsoft-Welt auf Sprachsteuerung um. "Die Verbraucher werden lernen, Sprachsteuerung als natürlich anzusehen, täglich damit umzugehen und viel eher bereit sein, auch auf anderen Gebieten sprachgesteuerte Anwendungen zu nutzen", glaubt Houwing. Bisher sei die Entwicklung von Sprachanwendungen meist zu technikgetrieben. Es werde viel Geld in die Technologie gesteckt. Zudem behauptete die Industrie, sie könne alles. "Dank der Industrialisierung der Branche und der damit verbundenen Erfahrungen wissen wir heute, dass der Erfolg einer Anwendung nicht von der verwendeten Technologie abhängt, sondern von den Erwartungen der Nutzer und den zugrunde liegenden Geschäftsmodellen", so Houwing.

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/102847/Sprachautomatisierung-fuer-Kundenkontakte-am-wichtigsten-Vista-Betriebssystem-von-Microsoft-koennte-neue-Standards-setzen.html

http://www.4.am/Business/Business/Sprachautomatisierung_fuer_Kundenkontakte_am_wichtigsten_200610063551.html

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=061006013

http://www.businessportal24.com/de/Sprachautomatisierung_Kundenkontakte_59151.html

http://www.iconomy.de/de/news/archiv/einzelansicht/news/2006/10/06/select/sprachautomatisierung-fuer-kundenkontakte-am-wichtigsten/index.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1645

http://www.voip-info.de/news/newsartikel__2228.php

http://www.ne-na.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/47BFC247C233BCDDC12571FF003BA982?OpenDocument

http://www.web4free.at/Artikel.2029

http://www.newsexpert.de/presssemeldungen/560

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34380.html

http://pr-inside.com/de/sprachautomatisierung-fuer-kundenkontakte-am-wichtigsten-vista-betriebssystem-von-microsoft-koennte-neue-standards-setzen-r21347.htm

http://www.firmenpresse.de/print-pressinfo23317.html

http://www.reporter7.com/de/5974/sprachautomatisierung-fuer-kunden.htm

http://werbeagentur.de/p/service/pressemitteilungen?id=158004&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr20383.html

http://www.globalewirtschaft.de/pm/?w=det&ID=25224

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=975&highlight=klemann

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/dienstleistungen/26174925.html

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=061006013

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=061006013

http://www.diagramm.net/news_detail.php?id=3720

http://pressemitteilung.ws/node/100849

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/153/1160124005.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Sprachautomatisierung+f%FCr+Kundenkontakte+am+wichtigsten+_951.html

http://www.live-pr.com/sprachautomatisierung-f-r-kundenkontakte-am-r1932.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_06_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h20037_sprachautomatisierung_fuer_kundenkontakte_am.html

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

US-Serie Pionier des Mensch-Maschine-Dialogs:

Bei Knight Rider sprach David Hasselhoff mit seinem Wunderauto

Berlin/Bonn, 9. Oktober 2006 - Was waren das für Zeiten! Michael Knight alias David Hasselhoff, der später auch als Sänger und TV-Bademeister in Deutschland Erfolge feiern sollte, jagte Verbrecher, stets assistiert vom unzerstörbaren und mit künstlicher Intelligenz voll gestopften Future-Car namens Kitt. Der war Computerzentrale, Chemielabor, Löschfahrzeug und Formel-Eins-Rennwagen gleichzeitig und konnte obendrein noch sprechen - mehr noch: Kitt konnte in der amerikanischen Actionserie Knight Rider Personen auch aufgrund ihrer Stimme identifizieren.

Die Filmwirtschaft war der Realität wieder einmal voraus. Seit die letzte Episode abgedreht wurde, sind zwei Jahrzehnte ins Land gegangen. Und der Mensch-Maschine-Dialog hat auch außerhalb der TV-Fiction Formen angenommen. Sprachtechnologie ist in viele Lebensbereiche Zeit und Kosten sparend eingedrungen. „Sprache ist das natürlichste menschliche Medium und lenkt den Fahrer kaum ab“, schreibt etwa die Zeitschrift Automobil Produktion http://www.automobil-produktion.de in ihrem Sonderheft zum 60. Geburtstag von Peiker acustic http://www.peiker.de. Das Unternehmen aus Friedrichsdorf setzt sich mit Problemen auseinander, die bei Kitt bereits filmgerecht gelöst waren und versucht, die Geräte im Wageninneren per Sprachbefehl zu steuern und damit die Verkehrssicherheit, die durch manuelle Betätigung beeinträchtigt würde, zu erhöhen. „Nicht jeder Mensch spricht gleich; Unterschiede in Tonhöhe, Lautstärke, Dialekt und Aussprache erschweren die eindeutige Verständlichkeit.“ Hinzu komme eine sich verändernde akustische Umgebung während der Fahrt. „Zudem muss das System möglichst ohne Anpassungsphase jeden Sprecher verstehen, um eine aufwändige Trainingsprozedur zu vermeiden“, so Automobil Produktion.

Ein anderes Versuchsfeld: Servicetechniker des Luft- und Raumfahrtkonzerns European Aeronautic and Space Defense Company, als EADS http://www.eads.de bekannt und derzeit vorwiegend mit der Tochter Airbus in den Schlagzeilen, testen derzeit die Steuerung von PDAs durch Gesten und Sprache - ein Projekt, an dem auch das Fraunhofer Institut für Rechnerarchitektur und Softwaretechnik http://www.first.fraunhofer.de/ in Berlin beteiligt ist. Während Servicetechniker tatsächlich alle Hände voll zu haben, falle es ihnen schwer, auch noch einen Laptop zu bedienen, um Informationen abzurufen, „wenn man wie bei EADS vom Kopf bis zu den Füßen in einem engen Triebwerk steckt und dabei auch noch Werkzeug in der Hand hält“, so die Pressemitteilung des Fraunhofer Instituts. Eine Studie von EADS aus dem Jahr 2004 habe gezeigt, dass bei der Flugzeugwartung zwischen 20 und 50 Prozent der Arbeitszeit für die Informationssuche aufgewendet werden, für 85 Prozent aller Aufgaben aber beide Hände benutzt werden und alle Techniker ihre Aufgaben in unkomfortablen Positionen oder Umgebungen bewältigen müssen. Im Projekt SNOW („Services for Nomadic Workers“) entwickelten daher sieben Partner aus Forschung und Industrie ein Assistenzsystem, das den Bedürfnissen bei mobilen Wartungsarbeiten gerecht werden soll. Der Techniker ist mit einem kleinen Computer und Headset mit Mikrofon ausgestattet. Per Spracheingabe kann er durch das Menü seines Rechners steuern und bekommt Anweisungen auf dem PDA angezeigt oder durchgesagt. „Wir sind überzeugt, dass multimodale User-Interfaces, die die verschiedenen Formen der menschlichen Kommunikation unterstützen, die Ergebnisse von Wartungsarbeiten in der Industrie erheblich verbessern können“, sagt der zuständige Fraunhofer-Abteilungsleiter Herbert Rüsseler. Den Stand der Sprachtechnik, Leistungstests, Akzeptanzstudien und Zukunftsvisionen präsentieren die Voice Days http://www.voicedays.de in Bonn vom 18. bis 19. Oktober 2006. Der Fachkongress zielt neben Anwendern und Branchenkennern vor allem auf Einsteiger, die sich erst wenig mit dem Thema beschäftigt haben. „Wir wollen auch Interesse bei Mittelständlern wecken, die der Technologie noch skeptisch gegenüberstehen“, sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business, die den Kongress zum dritten Mal ausrichtet.

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Akkreditierung für den gesamten Kongress „Voice Days“ vom 18. bis 19. Oktober 2006 und Anmeldung für die Pressekonferenz am 19. Oktober 2006, um 11 Uhr jeweils im Alten Bundestag, Görrestrasse 15, 53113 Bonn, über Claudia Klemp, nic.pr, Tel: 0228 – 620 43 82; E-Mail: claudia.klemp@nic-pr.de

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.openpr.de/news/103160/US-Serie-Pionier-des-Mensch-Maschine-Dialogs-Bei-Knight-Rider-sprach-David-Hasselhoff-mit-seinem-Wunderauto.html

http://www.4.am/Medien/Medien/US-Serie_Pionier_des_Mensch-Maschine-Dialogs:_200610103596.html

http://www.businessportal24.com/de/US_Serie_Pionier_Mensch_Maschine_59616.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1656

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7769

http://pressemitteilung.ws/node/100939

http://www.web4free.at/Artikel.2033

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25282

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34555.html

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/26511330.html

http://www.pronline.at/US-Serie_Pionier_des_Mensch-Maschine-Dialogs%3A.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23376.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158141&cmd=Anzeigen

http://www.prflash.de/medien-telekommunikation/104706/us-serie-pionier-des-mensch-maschine-dialogs-bei-knight-rider-sprach-david-hasselhoff-mit-seinem-wunderauto.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_US-Serie+Pionier+des+Mensch-Maschine-Dialogs:+_958.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-986.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_10_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.live-pr.com/us-serie-pionier-des-mensch-maschine-dialogs-bei-r1955.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr20770.html

http://www.pr-inside.com/de/us-serie-pionier-des-mensch-maschine-dialogs-bei-knight-rider-sprach-david-hasselhoff-mit-seinem-wunderauto-r21672.htm

http://www.reporter7.com/de/6064/us-serie-pionier-des-mensch-masc.htm

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7769

Windows-Vista von Microsoft könnte Markt für Spracherkennungssysteme beflügeln

Kontroverse Diskussion im Vorfeld der Bonner Voice Days: Ist die Branche zu technikgetrieben?

Bonn/Berlin, 10. Oktober 2006 - Für den Markterfolg von Sprachtechnologien hält Tom Houwing von der Beratungsfirma voiceandvision http://www.vui-experts.com das neue Vista-Betriebssystem von Microsoft für wichtig: „Wenn es Microsoft gelingt, mit Vista die breite Masse der Verbraucher an die Sprachinteraktion mit Maschinen heranzuführen, so wird das enorme Auswirkungen haben: Microsoft kann damit Standards setzen, wie sie es bei den grafischen Benutzeroberflächen taten. Idiome, Befehle und Funktionen werden die Verbraucher dann von Microsoft erlernen - mit den entsprechenden Folgen für die Nutzerschnittstellen anderer Sprachanwendungen, die sich den daraus resultierenden Erwartungen der Nutzer stellen müssen", prognostiziert Houwing.

Microsoft stelle mit Vista die ganze Microsoft-Welt auf Sprachsteuerung um. „Die Verbraucher werden lernen, Sprachsteuerung als natürlich anzusehen, täglich damit umzugehen und viel eher bereit sein, auch auf anderen Gebieten sprachgesteuerte Anwendungen zu nutzen", glaubt Houwing. Bisher sei die Entwicklung von Sprachanwendungen meist zu technikgetrieben. Es werde viel Geld in die Technologie gesteckt. Zudem behauptete die Industrie, sie könne alles.

„Dank der Industrialisierung der Branche und der damit verbundenen Erfahrungen wissen wir heute, dass der Erfolg einer Anwendung nicht von der verwendeten Technologie abhängt, sondern von den Erwartungen der Nutzer und den zugrunde liegenden Geschäftsmodellen. Da erwarte ich mir viel von den Bonner Voice Days http://www.voicedays.de und dem Voice Campus am 18. und 19. Oktober. Erstmals besteht die Möglichkeit, sich auf dem Voice Campus inhaltlich so vorzubereiten, dass man ein Maximum an Ideen, Visionen, und auch Herausforderungen von den anschließenden Diskussionen und Fachsitzungen mitnehmen kann. Es geht nicht mehr darum, was kann diese oder jene Plattform. Das Interessantere ist, was kann ich damit machen und wie muss ich es tun, damit der Kunde die Anwendung erfolgreich nutzen kann“, sagt Houwing.

In der Sprachtechnologie-Branche wird diese Einschätzung nur zum Teil getragen. „Natürlich zählen Einfachheit und Nutzerfreundlichkeit zu den wichtigsten Geboten für neue Technologien. Wir laufen immer auf einem schmalen Grat zwischen technisch möglichen und von Kundenseite gewünschten Funktionen, zwischen einfacher Bedienbarkeit und nur scheinbarem Zusatznutzen. Für den Verbraucher muss alles unkompliziert zu handhaben sein. Was sich allerdings hinter dem sogenannten ‚User-Inferface’ verbirgt, wird immer komplexer und die Technologie entscheidet darüber, welche Qualität und welchen Nutzen ein Sprachportal haben kann. Die Latte für die Erreichung einer hohen Nutzerakzeptanz hängt bei Sprachportalen sehr hoch. Um diese Hürden auch mit hohem Return-on-Investment überwinden zu können, benötigt man nicht nur Know-how im User-Interface Design, sondern auch die derzeitig besten Technologien. Fernando Alonso könnte die Formel 1 Weltmeisterschaft sicherlich nicht in einem VW-Polo gewinnen“, entgegnet Sprachdialogexperte Lupo Pape, Geschäftsführer der Berliner SemanticEdge GmbH http://www.semanticedge.com.

„Wenn wir bei der Mensch-Maschine-Interaktion weiterkommen und die natürliche Spracherkennung voranbringen wollen, müssen wir viel mehr Energien in die Entwicklung hochwertiger Anwendungen stecken. Wir müssen auch mehr Aufklärung darüber leisten, welche Rolle die Technik bei der Einkaufsentscheidung spielt Hier erhoffen wir uns viel von den Applikationen, die auf den Voice Days gezeigt werden und den Fachdiskussionen des Begleitprogramms“, so der Ausblick von Pape.

Hinweis für die Redaktionen: Zum Pressegespräch mit Professor Wahlster am 19. Oktober, um 11 Uhr und zum gesamten Kongress Voice Days 2006 im Alten Bundestag (Görrestrasse 15, 53113 Bonn)

möchten wir Sie gerne einladen. Für Journalisten ist die Kongressteilnahme kostenlos. Akkreditierung über Claudia Klemp von der Agentur nic.pr, Tel: 0228 - 620 43 82; E-Mail: claudia.klemp@nic-pr.de

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/103312/Windows-Vista-von-Microsoft-koennte-Markt-fuer-Spracherkennungssysteme-befluegeln-Kontroverse-Diskussion-im-Vorfeld-der-Bonner-Voice-Days-Ist-die-Branche-zu-technikgetrieben.html

http://www.4.am/Business/Business/Windows-Vista_von_Microsoft_koennte_Markt_fuer_Spracherkennungssysteme_befluegeln_200610113608.html

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7798

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Windows-Vista-von-Microsoft-koennte-Markt-fuer-Spracherkennungssysteme-befluegeln/3638

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7114786.asp

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25313

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158165&cmd=Anzeigen

http://www.pronline.at/Windows-Vista_von_Microsoft_k%F6nnte_Markt_f%FCr_Spracherkennungssysteme_befl%FCgeln_%96_Kontroverse_Dis.html

http://pressemitteilung.ws/node/100967

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34601.html

http://www.prflash.de/medien-telekommunikation/104832/windows-vista-von-microsoft-koennte-markt-fuer-spracherkennungssysteme-befluegeln-kontroverse-diskussion-im-vorfeld-der-bonner-voice-days-ist-die-branche-zu-technikgetrieben.htm

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-78381.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-988.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_%96+Kontroverse+Diskussion+im+Vorfeld+der+Bonner+Voice+Days:_962.html

http://www.pr-inside.com/de/windows-vista-von-microsoft-koennte-markt-fuer-spracherkennungssysteme-befluegeln-kontroverse-diskussion-im-vorfeld-der-bonner-r21816.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr20919.html

http://www.live-pr.com/windows-vista-von-microsoft-k-nnte-markt-r1966.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_11_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.web4free.at/Artikel.2034

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34132492

http://www.reporter7.com/de/6091/windows-vista-von-microsoft-koenn.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/26591479.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23412.html

http://www.pr-newsticker.de/pressemeldung/321179

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Der lange Abschied von der Industriegesellschaft

Dienstleister der ITK-Branche sehen Wachstumspotenzial für Hosting-Modelle

Von Gunnar Sohn

Stuttgart/Bonn, 11. Oktober 2006 - Innovationen brauchen Zeit, um den Markt zu durchdringen. Das gilt für neue oder verbesserte Produkte ebenso wie für Dienstleistungen. Kunden erwarten von Dienstleistungen eine Verbesserung ihrer Lebensqualität und ihrer eigenen Arbeitsprozesse. Bei einem Fachgespräch des Verlags der deutschen Wirtschaft http://www.vnr.de diskutierten Experten der Informationstechnik- und der Telekommunikationsbranche (ITK) über Aspekte der Dienstleistungsökonomie als Wachstumstreiber.

Immerhin gilt der Dienstleistungssektor als Jobmotor, wenngleich Deutschland den europäischen Nachbarn noch immer hinterherhinkt. Zu Beginn der neunziger Jahre schwankte der Anteil des Dienstleistungsbereiches an der Bruttowertschöpfung in den EU-Mitgliedstaaten zwischen 56 Prozent in Irland und knapp 67 Prozent in Frankreich. Deutschland lag mit 61 Prozent im unteren Mittelfeld. Der Vergleichwert aus den USA betrug damals 70 Prozent. Diese Marke wurde in Deutschland erst im Jahr 2004 knapp überschritten.

Dennoch dauert der Abschied von der Industriegesellschaft noch an. „Einmal im Monat oder spätestens quartalsweise sind wir Exportweltmeister. Dabei sind die Dienstleistungen nicht einberechnet – rein die Industrie-Exporte, Produkte zum Anfassen. Dienstleistungen sind für die Menschen viel schwerer greifbar. Deshalb fehlt vielen auch das Bewusstsein, dass wir in der Dienstleistungsgesellschaft angekommen sind“, sagte Axel Schnell, Mitglied der Geschäftsleitung und Service Director des Stuttgarter Systemintegrators Nextiraone http://www.nextiraone.de. Die Frage sei für jedes Unternehmen unabhängig von seiner Größe, welcher Service oder welche Dienstleistung für den Kunden den Unterschied mache und damit einen Vorteil bringe. Viele Unternehmen schwimmen zudem noch auf der Geiz-ist-geil-Welle und seien nur schwer von den Vorzügen werthaltiger Dienstleistungen zu überzeugen. „Da gibt es sehr häufig noch den Ansatz, dass die Dienstleistung eigentlich Bestandteil der Hardware oder des Produkts sein muss“, so Schnell.

Eine Erweiterung der Handlungsfähigkeit von Unternehmen hat Bernhard Steimel vom Düsseldorfer Beratungsunternehmen Mind Business Consultants http://www.mind-consultant.net ausgemacht, wenn Unternehmen bestimmte Dienstleistungen zu ihrem eigenen Angebot hinzukaufen. „Der technologische Fortschritt hat dazu geführt, dass wir mittlerweile bestimmte Dienstleistungsfunktionen dezentral an beliebigen Orten durchführen können. Das erweitert die Handlungsfähigkeit für die Firmen, Services anzubieten und neue Geschäftsmodelle auf Basis dieser Technologien zu entwickeln“ Steimel, der auch Sprecher der Initiative Voice Business ist, die den Bonner Fachkongress Voice Days http://www.voicedays.de rund um das Thema Sprachtechnik ausrichtet, verwies auf die Call Center- Debatte, die vorwiegend mit negativen Erfahrungen belegt werde. „Die Deutschen quälen sich, glaube ich, selber. Wenn ich mir die Einstellung zu Call Center-Unternehmen vor Augen führe, wird zunächst auf kritikwürdigen Praktiken herumgeritten. Aber man verschweigt, dass sich hier ein Jobmotor entwickelt, dass es enorme Zuwachsraten gibt und auch die Qualität der Beratung erheblich zunimmt.“

Für Markus Müller, Sales Director der dtms Solutions GmbH http://www.dtms-solutions.de, ist diese Diskussion das tägliche Geschäft. Er betont vor allem den Aspekt des notwendigen Reifegrades einer neuen Technik, durch die Geschäftsprozesse vereinfacht werden, wie beispielsweise die automatischen Sprachsysteme. „Wenn wir jetzt an die ersten Spracherkenner denken, das war schon eine Herausforderung für den Anrufer.“ Diese schlechten Erfahrungen müssten erst einmal durch positive verdrängt werden. Und mit Blick auf vor allem mittelständische Betriebe erkennt er einen

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Generationenkonflikt beim Einsatz moderner Technik, die Mehrwert bieten könnte. Demnach verschließen sich ältere Firmeninhaber öfter entsprechenden Neuerungen. „Es sind immer noch die Alten, die die Erfahrungen mit schlechten Systemen herumerzählen“. Trotzdem tragen diese Systeme zu Verbesserungen, etwa durch die Vorqualifizierung von Anrufen und Steigerung der Wachstumsraten bei.

Die Telekommunikationsunternehmen investierten 2005 gut 120 Millionen US-Dollar in die Automatisierung ihrer Kundenkontakte. „Die Kunden erwarten von uns, neue Innovationen reinzubringen“, sagte Müller. „Das ist der Bereich, wo Innovation auf der einen Seite noch geschaffen werden kann, aber auf der anderen Seite auch entsprechende Kosteneinsparungen realisiert werden können, die für die Unternehmen natürlich auf der Zeitschiene permanent notwendig sind“, ergänzte Axel Schnell. Sprachautomatisierung zahle sich beispielsweise bei Banken oder Bestellhotlines schon aus. Der Mehrwert lasse sich vergleichsweise einfach darstellen. Für kleinere Unternehmen favorisiert er so genannte Company-Assistants, quasi eine automatische Telefonistin, die die Aufgaben einer Telefonzentrale übernimmt, „welche auch gleichzeitig den Anrufer verbindet mit dem gewünschten Gesprächspartner und das alles in natürlich sprechender Form ohne sonstige etwas anrüchige alte Verfahren.“

Kostengünstig und flexibel könnten diese Prozesse vor allem mit so genannten Hosting-Modellen durchgeführt werden. Bernhard Steimel bezifferte den Anteil solcher Varianten von Sprachanwendungen auf über 20 Prozent. „Sprachcomputer werden als direkter Kanal zum Kunden in der Serviceökonomie immer wichtiger. Hosting-Lösungen sind mit Sicherheit ein absoluter Renner in der ITK-Branche“, bestätigte Schnell.

Erschienen u.a. bei:

http://www.openpr.de/news/103600/Der-lange-Abschied-von-der-Industriegesellschaft-Dienstleister-der-ITK-Branche-sehen-Wachstumspotenzial-fuer-Hosting-Modelle.html

http://www.4.am/Sonstiges/Sonstiges/Der_lange_Abschied_von_der_Industriegesellschaft_20061012 3639.html

http://www.businessportal24.com/de/Der_Abschied_Industriegesellschaft_60276.html

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/nextiraone-deutschland-gmbh/boxid-78598.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1684

http://www.die-wirtschaft.at/ireds-16236.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34718.html

http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=print&sid=7824

http://www.web4free.at/Artikel.2038

http://www.news-inside.com/de/3840/der-lange-abschied-von-der-indus.htm

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25384

http://at-de.i-newswire.com/pr21064.html

http://www.pronline.at/Der_lange_Abschied_von_der_Industriegesellschaft_%96_Dienstleister_der_ITK-Branche_sehen_Wachstums.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158221&cmd=Anzeigen

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23471.html

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7824

http://www.pr-inside.com/de/der-lange-abschied-von-der-industriegesellschaft-dienstleister-der-itk-branche-sehen-wachstumspotenzial-fuer-hosting-modelle-r22073.htm

http://www.live-pr.com/dienstleister-der-itk-branche-sehen-wachstumspotenzial-r1986.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_12_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34222069

http://www.reporter7.com/de/6245/der-lange-abschied-von-der-indus.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/26699744.html

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=990&highlight=steimel

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Der_lange_Abschied_von_der_Industriegesellschaft__971.html

Reich der Mitte setzt auf Mensch-Maschine-Dialog

Sprachautomatisierung für die Olympischen Spiele in Peking

Peking/Bonn, 13. Oktober 2006 - Alle Welt blickt nach China. Das Reich der Mitte schickt sich an, die Wirtschaftsmacht des 21. Jahrhunderts zu werden. Die Olympischen Spiele 2008 will man nutzen, um der Welt die wirtschaftliche Potenz zu demonstrieren. Gemeinsam mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www2.dfki.de/web/ in Saarbrücken, der Deutschen Telekom http://www.telekom3.de und dem Fraunhofer Institut für Software- und Systemtechnik http://www.isst.fraunhofer.de in Dortmund wurde das Projekt COMPASS2008 http://www.compass2008.org auf den Weg gebracht. Das System, dessen Software auf PDA, Laptop oder PC läuft, bietet verschiedene Dienste, die Besuchern aus aller Welt ihren Aufenthalt in Peking erleichtern sollen. Während der Olympischen Spiele werden Informationen über die Stadt, das Wetter, die Wettkämpfe und andere Veranstaltungen mobil abrufbar sein. Kombiniert werden Übersetzungstechnologie, Sprachein- und -ausgabe und eine offene, semantisch strukturierte Architektur, so dass die Benutzer jederzeit und von jedem Ort die besten Informationen in ihrer eigenen Sprache abrufen können.

Auch das 2004 begonnene EU-Verbundprojekt TALK (Tools for Ambient Linguistic Knowledge) soll die natürliche Kommunikation zwischen Mensch und komplexem Gerät ermöglichen. Der Schlüssel wird in der Kombination von menschlicher Sprache mit grafischer Ein- und Ausgabe und konventioneller Tastenbedienung liegen, und zwar inhaltsorientiert – der Benutzer sagt, was er will und wie er es will, statt Tasten zu drücken. Koordinator dieses Projektes ist Manfred Pinkal, Professor für Computerlinguistik an der Universität des Saarlandes http://www.uni-saarland.de, der bei den diesjährigen Bonner Voice Days http://www.voicedays.de am 18. und 19. Oktober im Alten Bundestag die Sprachsteuerung im Auto der Zukunft vorstellen wird.

Die Sprachtechnologie ist mittlerweile eine gewaltige High-Tech-Industrie. „Allerdings ist das Anwendungspotenzial noch lange nicht ausgeschöpft“, sagt der Leiter des DFKI, Professor Wolfgang Wahlster, Schirmherr der Initiative Voice Business, die zum dritten Mal die Leitveranstaltung für Sprachtechnologie im deutschsprachigen Raum durchführt. Immerhin setzten die Anbieter von Sprachdialogsystemen 2005 weltweit fast 350 Millionen US-Dollar um. 2010 sollen es bereits über 1,1 Milliarden Euro sein. Die Telekommunikationsunternehmen investierten im vergangenen Jahr rund 120 Millionen Dollar in die Automatisierung ihrer vielfältigen Kundenkontakte. „Die Voicedays werden in einem ‚Best Practice Park’ viele praktische Anwendungen zeigen“, so Wahlster. Dabei stehe immer im Mittelpunkt, wie Service und Mehrwert für den Endbenutzer verbessert werden könne.

Einrichtungen wie das DFKI und andere renommierte Forscher mit starkem Praxisbezug zeigen hier, was in ihren Labors derzeit zur Serienreife gebracht wird. Entsprechend sind die Erwartungen der Referenten und Besucher: „Als Teilnehmer an den Voice Days möchte ich möglichst viel über erfolgreiche Anwendungen und auch über die nächsten Schritte der Technologie-Entwicklung hören, damit ich meine Anwendungen mit weniger Risiko planen und einsetzen kann“, sagt beispielsweise Otthein Herzog, Professor am Technologie-Zentrum Informatik www.tzi.de der Universität Bremen. Er erforscht unter anderem neue Formen der Mensch-Maschine-Interaktion und wird am zweiten Kongresstag in Bonn den Workshop „Integrierte Sprachsysteme und Next Generation Systems“ moderieren. Hier werden Sprachlösungen zur Endgerätesteuerung und sprachgesteuerte Eingabehilfen vorgestellt, wie sie etwa bei Logistikunternehmen bereits verwendet werden. Bei Keynotespeaker Professor Carl-Frank Westermann, Head of Sound Branding der Berliner MetaDesign http://www.metadesign.de, steht die Bedeutung der Stimme für die Markenführung im Mittelpunkt der Betrachtungen: „Welche Stimme transportiert welche Inhalte in welcher Art und Weise? An eine Stimme im Kontext von akustischer Markenführung, dem Sound Branding, werden die gleichen

Anforderungen gestellt. Stimme und Persona sowie Stimme und Marke miteinander in Beziehung zu stellen ist ein spannender Schritt in die Zukunft", so Westermann.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit hat jeder Bundesbürger schon einmal mit einem Sprachdialogsystem telefoniert. Tobias Hartmann, Vorstand der D+S Europe AG http://www.dseurope.ag wird in Bonn an einem Expertengespräch über Akzeptanz und Nutzwert der Sprachapplikationen teilnehmen: „Ich erhoffe mir von den Voice Days, dass es uns gelingt, den praktischen und wirtschaftlichen Nutzen des wohl dosierten Einsatzes von Sprachautomatisierung stärker in das Bewusstsein von Anwendern und Nutzern zu bringen." Er sieht in der Sprachautomatisierung neben dem persönlichen Gespräch eine wichtige Säule der Kontakte zwischen Unternehmen und Kunden. „Der Kontaktkanal Sprache boomt und ist für die Unternehmen in Deutschland von elementarer Bedeutung für ihren wirtschaftlichen Erfolg." Das intelligente Zusammenspiel zwischen persönlichem Dialog und Sprachautomatisierung bringe sowohl dem Unternehmen wie dem Kunden praktischen Nutzen und Kostenvorteile.

Der Fachkongress soll auch dazu dienen, Skeptiker von den Möglichkeiten der Sprachtechnologie zu überzeugen und ihnen die überschaubaren Kosten darzulegen. „Die Investitionskosten sind kräftig gefallen", erklärt Bernhard Steimel, Initiator und Sprecher der Initiative Voice Business. Die Anwendungen würden auch für den Mittelstand erschwinglich. „57 Prozent der für den Voice Award vorgestellten Systeme wurden für weniger als 100 000 Euro realisiert." Noch vor zwei Jahren hätten die Durchschnittskosten bei rund 330 000 Euro gelegen.

Akkreditierung für den gesamten Kongress „Voice Days" vom 18. bis 19. Oktober 2006 und Anmeldung für die Pressekonferenz am 19. Oktober 2006, um 11 Uhr jeweils im Alten Bundestag, Görrestrasse 15, 53113 Bonn, über Claudia Klemp, nic.pr, Tel: 0228 – 620 43 82; E-Mail: claudia.klemp@nic-pr.de

Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/103778/Reich-der-Mitte-setzt-auf-Mensch-Maschine-Dialog-Sprachautomatisierung-fuer-die-Olympischen-Spiele-in-Peking.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1691

http://www.4.am/Business/Business/Reich_der_Mitte_setzt_auf_Mensch-Maschine-Dialog_200610133660.html

http://www.businessportal24.com/de/Reich_Mitte_Mensch_Maschine_Dialog_60534.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7844

http://pressemitteilung.ws/node/101074

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25407

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/26785352.html

http://www.pr-inside.com/de/print22214.htm

http://www.prflash.de/it-news-media-software/105253/reich-der-mitte-setzt-auf-mensch-maschine-dialog-sprachautomatisierung-fuer-die-olympischen-spiele-in-peking.htm

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23503.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Reich+der+Mitte+setzt+auf+Mensch-Maschine-Dialog+_978.html

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-78979.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-995.html

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34774.html

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7844

http://www.live-pr.com/reich-der-mitte-setzt-auf-mensch-maschine-dialog-r1997.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr21198.html

http://www.reporter7.com/de/6366/reich-der-mitte-setzt-auf-mensch.htm

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=158254&cmd=Anzeigen

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34382846

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_13_InternetMedienKommunikation_1.txt

Lego-Prinzip als Markttreiber für Sprachautomatisierung

Standardsysteme aus dem Baukasten

Von Gunnar Sohn

Bonn/Berlin, 13. Oktober 2006 - In einer Datamonitor-Studie http://www.datamonitor.com gaben über 20 Prozent der befragten Unternehmen an, gehostete Sprachlösungen einkaufen zu wollen. Über 15 Prozent nannten als Hauptgründe dafür Kostensenkungen, den Zugang zu neuen Technologien und Services. Ideale Hostingangebote für Sprachanwendungen sind Standardapplikationen, die der Kunde kauft oder lizenziert und mit niedrigem Aufwand an seine Bedürfnisse anpassen, betreiben und administrieren kann. Dieser Marktnachfrage wollen immer mehr Anbieter von Sprachlösungen gerecht werden: Laut dem aktuellen Branchenbarometer der Voice Community http://www.voice-community.de erwarten 60 Prozent der befragten Profis aus der Branche für automatische Sprachsysteme, dass Standardanwendungen im kommenden Jahr für die Marktentwicklung am bedeutsamsten sein werden. „Auch wenn es im Markt und bei den Interessenten noch nicht hinreichend bekannt ist, gibt es mittlerweile ein zunehmendes Angebot von Standardanwendungen oder ‚Baukästen' für Sprachdialogsysteme, die die Zusammenstellung einfacher, aber auch hochkomplexer Anwendungen aus einer Kombination verschiedener Module ermöglichen und mit dazu beitragen, dass Unternehmen heute kostengünstiger an robustere Sprachanwendungen kommen als je zuvor", sagt Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de. Daneben gebe es auch erste „richtige" Standardanwendungen, die Hosting-Unternehmen und Entwickler ihren Kunden als „Fertig-Produkte" anbieten.

Die meisten Sprachanwendungen wickeln Prozesse oder Business-Logiken ab, die auch an anderer Stelle zum Einsatz kommen: So fragen sie Postleitzahlen ab, nehmen Kontonummern auf oder erfassen Straßennahmen. „Eine Wiederverwendung von Anwendungsmodulen, die für eine bestimmte Aufgabe entwickelt wurden, trägt dazu bei, dass das ‚Rad nicht immer wieder neu erfunden' werden muss", erklärt Steimel. Am Markt verfügbar seien ganze „Werkzeugkästen", aus denen sich Unternehmen bedienen und ihre Anwendung zusammenstellen könnten. Zudem gebe es erste Anwendungsmodule, die von Spezialisten als Managed Service-Dienste angeboten werden. „Vor allem in den USA versuchen Unternehmen seit langem, solche Module zu entwickeln. Nuance http://www.nuance.de bietet seit etwa sechs Jahren kleine Bausteine an, IBM http://www.ibm.com/de stellt mit seinen Reusable Dialogue Components (RDC) Entwicklern Open Source-Module zur Verfügung, die zu eigenen Zwecken genutzt werden dürfen. Aber auch im deutschen Markt stehen Standardanwendungen vor dem Durchbruch", prognostiziert Steimel.

T-Com http://www.t-com.de etabliert ab Januar 2007 zwei Standardanwendungen: den „Voice Navigator" und das „Customer Feedback". „Mit dem Voice Navigator können Unternehmen alle eingehenden Anrufe schon im Netz vorselektieren und Kunden trotz einer Vielzahl verschiedener Anliegen immer direkt mit dem richtigen Ansprechpartner verbinden. Über einen Webbrowser steuert das Unternehmen den Sprachdialog flexibel im Netz und kann auch auf unerwartete Veränderungen im Haus kurzfristig reagieren", erläutert T-Com-Marketingleiter Sven Klindworth. Mit dem Customer Feedback könnten Unternehmen im Internet ihren individuellen Sprachdialog zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit über eine leicht bedienbare Oberfläche erstellen und ihre Anrufer nach dem Gespräch mit einem Mitarbeiter automatisiert zu ihrer Kundenzufriedenheit befragen. Beide Dienste werden gegen eine einmalige Einrichtungsgebühr aufgesetzt, danach fallen eine monatliche Grundgebühr plus handelsübliche Minutenpreise für die entstehenden Anrufvolumina an.

Ein weiterer neuer Trend bei den Standardanwendungen bezeichnen die Analysten von Datamonitor als „Enterprise software for speech applications". Während TK-Unternehmen auf einfache Standardanwendungen setzen, die in allen Branchen und Anwendungen eingesetzt werden können, machen sich andere Lösungsanbieter das SAP-Prinzip zu eigen und entwickeln modulare Systeme, bei denen auch hochkomplexe Anwendungen kundenindividuell aus einzelnen Servicemodulen

zusammengesetzt werden können. Zu den Trendsettern zählt das Berliner Unternehmen SemanticEdge http://www.semanticedge.com. „Wer heute ein ERP-System benötigt, wird es nicht von Grund auf neu programmieren. Vielmehr startet man mit einer Basisplattform, die schon eine große Auswahl der Funktionen bietet. Man nutzt idealerweise eine fertige Branchenlösung, die nur noch ‚customized' werden muss. Ein solcher Prozess wird sich auch bei den Sprachdialogsystemen etablieren", so Lupo Pape, Geschäftsführer von SemanticEdge. Sein Unternehmen verfüge über Technologie, die es erlauben, stark modularisierte Applikationen zu entwickeln, die auch natürliche sprachliche Dialoge („Wie kann ich Ihnen helfen?") anstelle von Keyword-Dialogen („Wenn Sie … sagen Sie…) ermöglichen. „Aus unserer Enterprise Solution Banking kann für Banken aus rund 50 vorhandenen Diensten wie Kontostandsabfrage oder externe Überweisung in kürzester Zeit ein individuelles Telebankingangebot zusammengestellt werden", erläutert Pape. Interessant sei das auch für TK-Unternehmen, Internet Service Provider, Versandhandel, Logistik und Transport. „Innerhalb kürzester Zeit können unsere Kunden erprobte, robuste Lösungen für ihre Sprachautomatisierung in Betrieb nehmen – mit entsprechenden positiven Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit und den Return on Investment", so Pape.

Erschienen u.a. bei:

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34399074

http://openpr.de/news/104129/Lego-Prinzip-als-Markttreiber-fuer-Sprachautomatisierung-Standardsysteme-aus-dem-Baukasten.html

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7941

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=061014002

http://derstandard.at/?url=/?id=2624260

http://www.businessportal24.com/de/Lego_Prinzip_Markttreiber_Sprachautomatisierung_61003.html

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Lego-Prinzip-als-Markttreiber-fuer-Sprachautomatisierung/3756

http://www.pr-newsticker.de/pressemeldung/321236

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/27110505.html

http://pressemitteilung.ws/node/101136

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1705

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/153/1160799604.html

http://www.web4free.at/Artikel.2045

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?cmd=Anzeigen&id=158330

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25458

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23557.html

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=061014002

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=061014002

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Lego-Prinzip_als_Markttreiber_f%FCr_Sprachautomatisierung__985.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_17_ITSoftware_1.txt

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7138889.asp

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-1000.html

http://www.live-pr.com/lego-prinzip-als-markttreiber-f-r-sprachautomatisierung-r2019.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr21621.html

http://www.pr-inside.com/de/lego-prinzip-als-markttreiber-fuer-sprachautomatisierung-standardsysteme-aus-dem-baukasten-r22512.htm

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7941

http://www.reporter7.com/de/6623/lego-prinzip-als-markttreiber-fue.htm

http://www.nedine.org/newsitem.mc?id=9172

Geräte nutzen ohne Bedienungsanleitung und umständliche Menüs:

Europäisches Forschungsprojekt TALK auf den Bonner Voice Days

Von Gunnar Sohn

Bonn, www.ne-na.de, 17. Oktober 2006 - Wer heute ein Videogerät, Handy oder einen Fotoapparat kauft, muss sich erst umständlich durch Menüs und Bedienungsanleitungen kämpfen. Besser wäre es, wenn man dem neuen Gerät einfach sagen könnte, was man von ihm will, und zwar so, wie man mit einem anderen Menschen reden würde. Flexibler, natürlicher Sprachdialog mit technischen Geräten, der wie eine Unterhaltung in der Alltagssprache funktioniert, ist das Ziel des europäischen Forschungsprojekts TALK, das von Manfred Pinkal, Professor für Computerlinguistik an der Universität des Saarlandes http://www.coli.uni-saarland.de, koordiniert wird.

Auf den Voice Days http://www.voicedays.de in Bonn wird Pinkal am 19. Oktober 2006 die neue Technologie vorstellen, die in TALK entwickelt und gemeinsam mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www2.dfki.de, den Firmen BMW http://www.bmw.de und Bosch http://www.bosch.de in ein Demonstratorsystem für die Sprachsteuerung im Fahrzeug umgesetzt wurde. „In der Future Park-Ausstellung im Alten Bundestag Park wird vorgeführt, wie ein Autofahrer im lockeren Gespräch mit seinem MP3-Player alle gewünschten Musiktitel erhält, ohne auch nur eine Taste zu drücken: Herkömmliche Sprachdialogsysteme funktionieren über spezielle Kommandos, die der Benutzer lernen muss. Das Gerät bestimmt die Sprache, in der man mit ihm reden kann und der unerfahrene Benutzer gibt oft nach wenigen Versuchen frustriert auf, weil das System anders als erwartet oder gar nicht reagiert“, so Pinkal. Für die Wissenschaftler des TALK-Projekts sei von Beginn an klar gewesen, dass die Kommunikation zwischen Mensch und komplexem Gerät nur erfolgreich sein werde, wenn der Mensch in seiner Alltagssprache den Ton angeben könne. Deshalb sei ein multimodales Verfahren zur Dialogmodellierung entwickelt worden, mit dem man die menschliche Sprache mit grafischen Oberflächen und der konventionellen Tastenbedienung kombiniere.

„Die Systeme sind inhaltsorientiert und flexibel. Der Benutzer sagt das, was er will, und zwar so, wie er es will: als knappe Anweisung oder in ganzen Sätzen und zwar mit selbst gewählten Worten. Und die Systeme sind anpassungsfähig, sie stellen sich also nicht nur auf das Wissen und Können des Benutzers ein, sondern auch auf die Situation. Das ist im Fahrzeug besonders wichtig, da der Fahrer nicht von seiner eigentlichen Aufgabe, der Fahrzeugführung, abgelenkt werden darf“, erklärt Pinkal.

Kern der zukunftsweisenden Sprachdialogsysteme sei das Konzept des "Information State Update" (ISU), das in einer Serie von EU-Projekten seit Ende der neunziger Jahre entwickelt wurde: „Alle Informationen über den Ablauf des Mensch-Maschine-Dialogs werden im ‚Informationszustand’ des Systems gespeichert. Bei jeder Anfrage berechnet es die jeweils angemessene Reaktion und ergänzt den Informationszustand mit zusätzlichen Informationen über den Benutzer, die dann bei den folgenden Gesprächen verwendet werden“, sagt Pinkal.

Die ISU-Technik unterstütze die Feinabstimmung des Dialogs auf die Situation und sie erlaube die Modellierung von häufig wiederkehrenden Dialogmustern: Der Kern des Dialogsystems könne für verschiedene natürliche Sprachen und grafische Oberflächen eingesetzt und auf ganz unterschiedliche Gebiete angewendet werden. Sich wiederholende Anforderungen wie ähnliche Dialoge oder tabellarische Übersichten müssten nicht jedes Mal neu programmiert werden, sondern könnten - einmal abgespeichert - für alle möglichen Situationen abgerufen werden. Das spare Zeit und Kosten in der Entwicklung.

TALK steht für "Tools for Ambient Linguistic Knowledge" und hat zum Ziel, technische Geräte so mit Sprache zu steuern, dass sie sich flexibel auf die Wünsche des Benutzers einstellen. Am europäischen TALK-Projekt sind die Universität des Saarlandes und die Universitäten in Edinburgh, Göteborg, Cambridge und Sevilla sowie das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) beteiligt. Als industrielle Partner wirken die BMW Forschung und Technik GmbH und die Robert Bosch GmbH mit, die als Fahrzeughersteller und -zulieferer die Forschungsergebnisse aus Anwendersicht evaluieren und ins Automobil integrieren. Das TALK-Projekt wurde im Jahr 2004 in

Saarbrücken gestartet und wird über drei Jahre mit 4,6 Millionen Euro von der Europäischen Union gefördert, weitere 1,5 Mio. Euro steuert die Industrie bei. Koordinator des Gesamtprojekts ist Manfred Pinkal, Professor für Computerlinguistik an der Universität des Saarlandes und Leibniz-Preisträger des Jahres 2000. Onlinemagazin NeueNachricht http://www.ne-na.de.

Erschienen u.a. bei:

http://www.openpr.de/news/104183/Geraete-nutzen-ohne-Bedienungsanleitung-und-umstaendliche-Menues-Europaeisches-Forschungsprojekt-TALK-auf-den-Bonner-Voice-Days.html

http://www.businessportal24.com/de/Geraete_Bedienungsanleitung_Menues_61043.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1710

http://pressemitteilung.ws/node/101146

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23564.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158340&cmd=Anzeigen

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7147371.asp

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Ger%E4te_nutzen_ohne_Bedienungsanleitung_und_umst%E4ndliche_Men%FCs:__987.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-1001.html

http://www.live-pr.com/ger-te-nutzen-ohne-bedienungsanleitung-und-r2022.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_17_ITSoftware_2.txt

http://www.web4free.at/Artikel.2046

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/27120245.html

http://www.reporter7.com/de/6635/geraete-nutzen-ohne-bedienungsanl.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr21633.html

http://www.pr-inside.com/de/geraete-nutzen-ohne-bedienungsanleitung-und-umstaendliche-menues-europaeisches-forschungsprojekt-talk-auf-den-bonner-voice-days-r22528.htm

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34499362

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25470

VOICE Contest 2006: PAYBACK fordert Entwickler von Sprachdialogsystemen heraus

Bonusprogramm setzt auf Kreativität und Lösungskompetenz der teilnehmenden Teams des VOICE Contest 2006

Bonn, 17.10.2006 – Bereits zum dritten Mal führt die Initiative VOICE BUSINESS im Rahmen der Voice Days (18. und 19. Oktober, Alter Bundestag, Bonn) den sogenannten „VOICE Contest“ durch. Der Wettbewerb bietet Entwicklern von Sprachanwendungen die Möglichkeit, ihre Kompetenz live zu präsentieren: In nur fünf Tagen müssen die fünf Entwicklerteams Avaya (im Team mit Sympalog), ITCV, Nortel, Memics sowie voiceandvision eine funktionsfähige Sprachanwendung zu einer vorher unbekannten Aufgabenstellung schaffen. Die beste Anwendung wird mit der in Europa einzigartigen Auszeichnung für Anwendungsentwickler prämiert. Eine Premiere beim VOICE Contest 2006 ist eine Patenschaft aus der Industrie: Mit Loyalty Partner, den Betreibern des Bonusprogrammes PAYBACK, konnte ein namhaftes Unternehmen als Pate gewonnen werden.

„Die Patenschaft ermöglicht uns, Ideen für anstehende Erweiterungen zu sammeln und durch das Publikumsvoting direktes Feedback von künftigen Nutzern zu erhalten“, so Fabian Schwarz, Leiter Customer Service bei der Loyalty Partner GmbH.

Fokus für den VOICE Contest 2006 ist jedoch nicht die Re-Implementierung des bestehenden Systems, sondern die Entwicklung eines robusten Service-Konzepts, das über den Stand der heutigen Implementierung deutlich hinausgeht und den Kunden zahlreiche neue Funktionen bietet. Ein hoher Anspruch, der in diesem Jahr von den Teams nur erfüllt werden kann, wenn sie für die Telefondialoge neben einigen technischen Raffinessen insbesondere auf Einfachheit in der Navigation, auf Natürlichkeit sowie auf die Robustheit im Fehlerfall achten. Die detaillierte Aufgabenstellung finden Sie hier: http://www.voiceaward.de/index.aspx?page=96

Die fertigen Systeme sollen wie auch in den Jahren zuvor einen guten Gesamteindruck von den Möglichkeiten des Voice User Interface Designs, der intelligenten Fehlerbehandlung und der dynamischen Dialoggestaltung vermitteln. „Minimale Anforderung ist dabei ein systemgeführter Dialog für neue Nutzer“ so Tiemo Winterkamp, Berater bei der Aufgabenkonzeption, „aber ‚nach oben hin’ ist der Kreativität der Teams bei der Umsetzung keine Grenze gesetzt“.

Abgabetermin ist Mittwoch, der 18. Oktober – 9 Uhr, danach dürfen die Anwendungen nicht mehr verändert werden. Im nachfolgenden Funktionstest, der unter Leitung von Matthias Peissner, Leiter des Competence Centers Human-Computer Interaction am Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), durchgeführt wird, erfolgt ein Scoring hinsichtlich der Funktionserfüllung. Einen Tag später, am 19. Oktober im Plenarsaal des Alten Bundestages, geht es für die teilnehmenden Teams dann noch mal um alles: Sie müssen ihre Anwendung den Teilnehmern der VOICE Days live

vorstellen und sich deren Votum unterziehen. Dem Gesamtsieger aus beiden Wertungskategorien winkt dann Ruhm und Ehre in Form des einzigen „Oscars“ für Entwicklungskompetenz bei Sprachanwendungen. Als besonderen Anreiz lobt Loyalty Partner zusätzlich einen Optimierungsworkshop zur PAYBACK IVR aus.

Jens Klemann, Sprecher der Initiative VOICE BUSINESS und Organisator des VOICE Contests, betont daher: „Auch 2006 wird beim VOICE Contest wieder sehr praxisnah der Beweis erbracht, dass erfahrene Entwicklerteams auf Basis heutiger Technologie in der Lage sind, bereits in kurzer Zeit anspruchsvolle Aufgabenstellungen umzusetzen. Der Einsatz von Sprachtechnologie wird für Unternehmen dadurch nochmals attraktiver, da sich die ohnehin schon günstige Kosten-Nutzen-Relation bei hohen Anrufvolumina nun auch bereits bei geringeren Anrufzahlen erreichen lässt.“

Weitere Informationen: www.voiceaward.de

Akkreditierung für den gesamten Kongress „Voice Days“ vom 18. bis 19. Oktober 2006 und Anmeldung für die Pressekonferenz am 19. Oktober 2006, um 11 Uhr jeweils im Alten Bundestag, Görrestrasse 15, 53113 Bonn, über Claudia Klemp, nic.pr, Tel: 0228 – 620 43 82; E-Mail: claudia.klemp@nic-pr.de

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/103929/VOICE-Contest-2006-PAYBACK-fordert-Entwickler-von-Sprachdialogsystemen-heraus-Marktfuehrendes-Bonusprogramm-setzt-auf-Kreativitaet-und-Loesungskompetenz-der-teilnehmenden-Teams-des-VOICE-Contest-2006.html

http://www.4.am/Business/Business/VOICE_Contest_2006:_PAYBACK_fordert_Entwickler_von_Sprachdialogsystemen_heraus_200610163686.html

http://www.visavis.de/netzwelt/modules.php?name=News&file=article&sid=7848

http://www.businessportal24.com/de/VOICE_Contest_PAYBACK_Entwickler_Sprachdialogsystemen_60695.html

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25422

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,34892.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23525.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158309&cmd=Anzeigen

http://at-de.i-newswire.com/pr21527.html

http://pressemitteilung.ws/node/101108

http://www.web4free.at/Artikel.2043

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-79089.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-997.html

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_VOICE+Contest+2006:+_979.html

http://www.pr-inside.com/de/voice-contest-2006-payback-fordert-entwickler-von-sprachdialogsystemen-heraus-marktfuehrendes-bonusprogramm-setzt-auf-kreativitaet-r22389.htm

http://www.live-pr.com/voice-contest-2006-payback-fordert-entwickler-r2009.htm

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_16_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.reporter7.com/de/6518/voice-contest-2006-payback-ford.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/27027837.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1697

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7848

Sprachsteuerung: Wenn der Fahrer mit dem Auto redet

Europäisches Forschungsprojekt TALK entwirft Sprachsysteme der Zukunft

von Gunnar Sohn

Bonn/Saarbrücken, 17. Oktober 2006 - Wer heute ein Videogerät, Handy oder einen Fotoapparat kauft, muss sich erst umständlich durch Menüs und Bedienungsanleitungen kämpfen. Besser wäre es, wenn man dem neuen Gerät einfach sagen könnte, was man von ihm will, und zwar so, wie man mit einem anderen Menschen reden würde. Flexibler, natürlicher Sprachdialog mit technischen Geräten, der wie eine Unterhaltung in der Alltagssprache funktioniert, ist das Ziel des europäischen Forschungsprojekts TALK, das von Manfred Pinkal, Professor für Computerlinguistik an der Universität des Saarlandes http://www.coli.uni-saarland.de, koordiniert wird.

Auf den Voice Days http://www.voicedays.de in Bonn wird Pinkal am 19. Oktober 2006 die neue Technologie vorstellen, die in TALK entwickelt und gemeinsam mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) http://www2.dfki.de , den Firmen BMW http://www.bmw.de und Bosch http://www.bosch.de in ein Demonstratorsystem für die Sprachsteuerung im Fahrzeug umgesetzt wurde. "In der Future Park-Ausstellung im Alten Bundestag Park wird vorgeführt, wie ein Autofahrer im lockeren Gespräch mit seinem MP3-Player alle gewünschten Musiktitel erhält, ohne auch nur eine Taste zu drücken: Herkömmliche Sprachdialogsysteme funktionieren über spezielle Kommandos, die der Benutzer lernen muss. Das Gerät bestimmt die Sprache, in der man mit ihm reden kann und der unerfahrene Benutzer gibt oft nach wenigen Versuchen frustriert auf, weil das System anders als erwartet oder gar nicht reagiert", so Pinkal. Für die Wissenschaftler des TALK-Projekts sei von Beginn an klar gewesen, dass die Kommunikation zwischen Mensch und komplexem Gerät nur erfolgreich sein werde, wenn der Mensch in seiner Alltagssprache den Ton angeben könne. Deshalb sei ein multimodales Verfahren zur Dialogmodellierung entwickelt worden, mit dem man die menschliche Sprache mit grafischen Oberflächen und der konventionellen Tastenbedienung kombiniere.

"Die Systeme sind inhaltsorientiert und flexibel. Der Benutzer sagt das, was er will, und zwar so, wie er es will: als knappe Anweisung oder in ganzen Sätzen und zwar mit selbst gewählten Worten. Und die Systeme sind anpassungsfähig, sie stellen sich also nicht nur auf das Wissen und Können des Benutzers ein, sondern auch auf die Situation. Das ist im Fahrzeug besonders wichtig, da der Fahrer nicht von seiner eigentlichen Aufgabe, der Fahrzeugführung, abgelenkt werden darf", erklärt Pinkal.

Kern der zukunftsweisenden Sprachdialogsysteme sei das Konzept des "Information State Update" (ISU), das in einer Serie von EU-Projekten seit Ende der neunziger Jahre entwickelt wurde: "Alle Informationen über den Ablauf des Mensch-Maschine-Dialogs werden im 'Informationszustand' des Systems gespeichert. Bei jeder Anfrage berechnet es die jeweils angemessene Reaktion und ergänzt den Informationszustand mit zusätzlichen Informationen über den Benutzer, die dann bei den folgenden Gesprächen verwendet werden", sagt Pinkal.

Die ISU-Technik unterstütze die Feinabstimmung des Dialogs auf die Situation und sie erlaube die Modellierung von häufig wiederkehrenden Dialogmustern: Der Kern des Dialogsystems könne für verschiedene natürliche Sprachen und grafische Oberflächen eingesetzt und auf ganz unterschiedliche Gebiete angewendet werden. Sich wiederholende Anforderungen wie ähnliche Dialoge oder tabellarische Übersichten müssten nicht jedes Mal neu programmiert werden, sondern könnten - einmal abgespeichert - für alle möglichen Situationen abgerufen werden. Das spare Zeit und Kosten in der Entwicklung.

TALK steht für "Tools for Ambient Linguistic Knowledge" und hat zum Ziel, technische Geräte so mit Sprache zu steuern, dass sie sich flexibel auf die Wünsche des Benutzers einstellen. Am europäischen TALK-Projekt sind die Universität des Saarlandes und die Universitäten in Edinburgh, Göteborg, Cambridge und Sevilla sowie das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) beteiligt. Als industrielle Partner wirken die BMW Forschung und Technik GmbH und die Robert Bosch GmbH mit, die als Fahrzeughersteller und -zulieferer die Forschungsergebnisse aus

Anwendersicht evaluieren und ins Automobil integrieren. Das TALK-Projekt wurde im Jahr 2004 in Saarbrücken gestartet und wird über drei Jahre mit 4,6 Millionen Euro von der Europäischen Union gefördert, weitere 1,5 Mio. Euro steuert die Industrie bei. Koordinator des Gesamtprojekts ist Manfred Pinkal, Professor für Computerlinguistik an der Universität des Saarlandes und Leibniz-Preisträger des Jahres 2000.

Erschienen u.a. bei:

http://www.pcopen.de/news/news_show.cgi?news=1161095881&title=Sprachsteuerung:%20Wenn%20der%20Fahrer%20mit%20dem%20Auto%20redet

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=061017030

http://www.diagramm.net/news_detail.php?id=3814

http://www.b4bsupplements.de/index/B4Bsupplements/b4b_mobilitaet.html?naid=2176

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/153/1161078003.html

http://www.pte.at/pte.mc?pte=061017030

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=061017030

http://www.nedine.org/newsitem.mc?id=9207

T-Mobile, DaimlerChrysler, DHL, Voice Business und Cisco gewinnen die „Oskars“ für Sprachdialogsysteme

Sprachcomputer als Golfmanager, persönliche Assistenten und Fußballtrainer

Von Gunnar Sohn

Bonn, 19.Oktober 2006 – „72 sprachgesteuerte Dienste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz konkurrierten um den ‚Oskar’ der Sprachtechnologiebranche: 42 Systeme konnten sich für die letzte Runde qualifizieren - basierend auf einem umfangreichen Testverfahren wurden daraus die 14 Nominierten in fünf Kategorien von der Jury der Brancheninitiative Voice Bussiness bestimmt“, sagte Bernhard Steimel, Sprecher der Initiative Voice Business http://www.voicedays.de,, beim Fachkongress Voice Days im Alten Bundestag in Bonn. In der Hauptkategorie „Best Practice Award“, eine Auszeichnung für die beste deutschsprachige Sprachapplikation, konnte sich in diesem Jahr T-Mobile Deutschland http://www.t-mobile.de durchsetzen für das Sprachportal „Kundenservice 2006“: „Die Jury hat sich für dieses Sprachportal mit sehr umfangreichem Diensteangebot als Hauptgewinner entschieden, weil es wegweisend und vorbildlich für die gesamte Branche ist. Es erreichte eine sehr hohe Punktzahl im Praxistest und eine ausgeglichene Leistung über alle Bewertungsdimensionen hinweg. Der hohe Freiheitsgrad der Eingabemöglichkeiten durch die relativ freie natürlichsprachliche Formulierung auch komplexer Aufgaben, die inkrementelle Abarbeitung umfangreicher Dialogaufgaben und die omnipräsente Möglichkeit zum Unterbrechen oder zu Sprüngen in andere Menüs überzeugten die Jury“, erklärte Professor Wolfgang Wahlster, Vorsitzender der Voice Award-Jury und Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www2.dfki.de/web.

Der Dienst werde auf Deutsch, Englisch und Türkisch angeboten und verzeichne mehr als 100.000 Anrufe am Tag. Das Unternehmen spare mit der Anwendung über eine Million Euro im Jahr. Entwickelt wurde die Anwendung von T-Mobile, der Sprachdialog stammt von HFN, T-Systems unterstützte T-Mobile bei der Integration. Es wurden Systeme von Genesys http://www.genesyslab.com (Telefoniehardware), Nuance http://www.nuance.de (Sprachverarbeitung) und Unisys http://www.unisys.de (Plattform) eingesetzt. In der Kategorie „Best Innovation Award“ für die Sprachapplikation mit der fortschrittlichsten technischen Umsetzung wurde der „Persönliche Assistent“ von Daimler Chrysler http://www.daimlerchrysler.com prämiert: „Die innovative Funktion in einem neuartigen Anwendungsfeld für Sprachtechnologie zusammen mit sehr guten Werten im Anwendungstest hat die Jury-Entscheidung für dieses System geprägt. Der persönliche Assistent von DaimlerChrysler ist eine Vermittlungs- und Assistenzanwendung für das Personal Information Management der Mitarbeiter des Konzerns. Sie verwirklicht ein so genanntes One-Number-Konzept für die ständige Erreichbarkeit der Mitarbeiter und den Wechsel von der Festnetztelefonie auf Vermittlungs- und Assistenzdienste. Sie bietet den Mitarbeitern eine Follow-Me-Funktion, Presence Management und den Zugriff auf Telefonnummern, die mit Lotus Notes verwaltet werden. Weitere Effizienzsteigerungen erwartet sich das Unternehmen durch den stets gleichen Datenbestand, der unabhängig von Standort und Medium (Handy, Festnetz, VoIP) drei Telefonbuchsysteme (persönlich, Werk, Konzern) integriert. Gut gelöst ist auch die integrierte getrennte Abrechnung von privaten und dienstlichen Anrufen. Die Jury war überzeugt von der sehr geringen Fehlerrate im Anwendungstest und der hohen Effektivität der Bedienung auch für die Laientester“, begründete Wahlster die Entscheidung der Jury.

„Das Unternehmen verspricht sich von dieser Anwendung Einsparungen von über 100.000 Euro pro Jahr und eine deutliche Serviceverbesserung“, so Wahlster. Generalunternehmer ist SemanticEdge http://www.semanticedge.com , die Verbundworterkennung kommt von Nuance. „Selbst wenn man den Namen eines Geschäftspartners gerade nicht weiß, kann man über eine Suchfunktion mit der Eingabe von Branche und Standort die gewünschte Verbindung aufbauen“, sagte SemanticEdge-Geschäftsführer Lupo Pape nach der Preisverleihung. Per Spracheingabe könnten die Mitarbeiter auch eine Routing-Funktion nutzen, alle Anrufe umleiten, so dass sie auf einer bestimmten Nummer zu erreichen sind. SemanticEdge war bereits beim Voice Award 2004 erfolgreich. Damals gewann die

Hamburger Sparda-Bank in der Kategorie „Beste Branchenlösung/Enterprise Solution" mit einer Lösung des Berliner Unternehmens. „Uns ist vor allem wichtig, den Anwendungen einen so genanten Human Touch zu geben“, betonte Pape. „Wir wollen keine starren Dialoge steuern, bei denen man nur bestimmte Begriffe verwenden kann, sondern freies Sprechen ermöglichen.“ Außerdem sei es ihm wichtig, die Systeme modular aufzubauen, die von Anwendungsfall zu Anwendungsfall angepasst werden könnten.

Den Award „Best Enterprise Services“ für die beste Sprachautomation von Kunden- und Unternehmensprozessen gewann der „Paketdienst Info“ von DHL http://www.dhl.de: „Die sehr geringe Fehlerhäufigkeit, die hohe Effektivität der Bedienung und die schnelle Erlernbarkeit dieser automatisierten Sendungsverfolgung von DHL hat die Jury für die Preisvergabe überzeugt“, so Wahlster. Das System wurde in vier Monaten von SemanticEdge projektiert. Das Unternehmen realisierte das Voice User Interface und integrierte die Anwendung auf einer eigenen Plattform und Application Management Software. Der Spracherkenner stammt von Nuance. „Die Frage, ob die bestellten Schuhe noch pünktlich zum Wochenende oder der neue MP3-Player früh genug für die Urlaubsreise geliefert werden, können mit diesem Dienst in kürzester Zeit geklärt werden. Der Anrufer gibt lediglich eine Sendungsnummer ein. Das System schickt das Ergebnis der Abfrage zudem auf Wunsch auch per Fax oder SMS an den Nutzer. Der kann sich aber auch zu einem menschlichen Agenten durchstellen lassen“, erläuterte Pape. Bis zu 60 verschiedene Lieferzustände könne die Sendungsauskunft mitteilen. Der erwartete Automatisierungsgrad von 20 Prozent sei mittlerweile weit übertroffen worden und liege bei 57 Prozent, sei damit hochprofitabel. Jährlich würden zwei Millionen Anrufe abgewickelt. Durch die Verbesserung der Kundenzufriedenheit zahle sich die Investition für den Anbieter zusätzlich aus.

Den Award „Best Value-Added Service“ für den besten sprachaktivierten öffentlichen Telefondienst und das beste kostenpflichtige Sprachportal ging in diesem Jahr an Voice Business http://www.voicebusiness.net für den Dienst „Golfscore“: „Der von dem Wiener Unternehmen Voice Business betriebene Mehrwertdienst richtet sich an österreichische Golfspieler und ermöglicht die einfache Berechnung und Verwaltung der gespielten Golf-Ergebnisse über das Telefon: Golfscore dient der kontinuierlichen Ermittlung des Handicaps des Anrufers. Die emotionalisierte Ansprache durch einen bekannten Fernsehmoderator haben das Urteil der Jury geprägt. Besonders beeindruckte die Jury die stilvolle Optimierung fast aller Aspekte des Dialogdesigns. Die Stimme des bekannten österreichischen Moderators Jürgen Peindl fragt die Angaben in einem erfrischend flotten Tempo ab, wobei unter anderem die Erkennung der Namen der zahlreichen Golfplätze des Österreichischen Golfverbandes gut bewältigt wird“, führte Wahlster aus. Für Entwicklung, Hosting und Betrieb zeichnet die Firma Voice Business verantwortlich, sie verwendet einen Spracherkenner von Nuance sowie eine Application Management Software von Tomcat.

Den Award „Best Voice Campaign“ für die beste Marketing-Kampagne, die von einer telefonischen Sprachapplikation unterstützt wird, konnte sich Cisco http://www.cisco.com für „Boooming Campaign“ sichern: „Das Portal hat die Jury aufgrund seiner sehr innovativen Nutzung der Sprachtechnologie zur interaktiven Spielsteuerung überzeugt. Es handelt sich um das erste telefongesteuerte Fußballspiel mit visueller und akustischer Rückkopplung beim Torschuss. Beim Öffnen der Internetseite fordert ein gefilmter Moderator den Spieler auf, eine bestimmte Telefonnummer anzurufen, um dann mit dem simulierten Moderator direkt in Kontakt zu treten. Nur über die Telefoneingabe wird der weitere Verlauf des Spiels bestimmt. Der Moderator wird zum Torwart, gegen den der Spieler durch einen ‚Booom’-Schrei gesteuert virtuell Elfmeter schießt“, so Wahlster. Bei diesem Onlinespiel gehe es darum, auf sehr unterhaltsame Weise die Konvergenz von Telefonie und Internet darzustellen. Die Telefonie ist serverbasiert, Sprachverarbeitung und -plattform sowie die Application Management Software stammen von Telenet http://www.telenet.de. Die Inhalte erstellte OgilvyInteractive http://www.ogilvy.de.

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/104576/T-Mobile-DaimlerChrysler-DHL-Voice-Business-und-Cisco-gewinnen-die-Oskars-fuer-Sprachdialogsysteme-Sprachcomputer-als-Golfmanager-persoenliche-Assistenten-und-Fussballtrainer.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23651.html

http://www.portalderwirtschaft.de/pm/?w=det&ID=25548

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158397&cmd=Anzeigen

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_20_ITSoftware_4.txt

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/27302083.html

http://www.live-pr.com/t-mobile-daimlerchrysler-dhl-voice-r2047.htm

http://www.web4free.at/Artikel.2054

http://www.com4biz.de/wissen/one-entry?entry_id=10845

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-10/artikel-7166491.asp

http://www.pr-inside.com/de/t-mobile-daimlerchrysler-dhl-voice-business-und-cisco-gewinnen-die-oskars-fuer-sprachdialogsysteme-sprachcomputer-als-r22838.htm

http://pressemitteilung.ws/node/101243

http://www.reporter7.com/de/6888/t-mobile-daimlerchrysler-dhl.htm

http://at-de.i-newswire.com/pr21913.html

http://www.aol.de/index.jsp?sg=Finanzen_Wirtschaft_Boersennews_Detail&CATEGORY=0&Brand=&ID_NEWS=34708450

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1725

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_%84Oskars%93_f%FCr_Sprachdialogsysteme_997.html

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=061019035&phrase=wahlster

http://de.news.yahoo.com/19102006/295/sprachcomputer-golfmanager-oder-persoenlicher-assistent-0.html

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/153/1161258003.html

http://www.innovations-report.de/html/berichte/preise_foerderungen/bericht-72428.html

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=061019035

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=061019035

http://www.nedine.org/newsitem.mc?id=9260

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=1003&highlight=steimel

http://www.teletalk-direct.de/teletalk-direct/getmsg.php3?msgid=20179&method=all&keyword=voice%20days

Voice Days 2006: Sprachdialoge sind alltagstauglich

Bonner Fachkongress demonstrierte Entwicklungskompetenz und Praxisnähe

Bonn, 25. Oktober 2006 - 900 Besucher an zwei Kongresstagen, 150 Aussteller, 80 Beiträge von Fachreferenten, 20 Fachsessions, 72 sprachgesteuerte Dienste, die sich um den Voice Award beworben haben – die rekordverdächtigen Eckdaten der diesjährigen Bonner Voice Days http://www.voicedays.de können sich sehen lassen. „Dem Anspruch, die Leitveranstaltung für Sprachtechnologie im deutschsprachigen Raum zu sein, werden wir mehr als gerecht“, resümiert Bernhard Steimel, Mitinitiator der Intitiative Voice Business, die den Kongress in diesem Jahr zum dritten Mal veranstaltet hat. Als „ausgezeichnetes Get-Together der wichtigsten Player im Markt für Sprachanwendungen“ bezeichnete Steffen Roehn, Geschäftsführer von T-Mobile Deutschland http://www.t-mobile.de für den Bereich Information Technology, den Kongress. „Innovationen und konkrete Ergebnisse werden vorgestellt und diskutiert - und so entstehen Ideen für neue Innovationen und gemeinsame Standards“, so Roehn.

Lange Zeit galt die Sprachtechnik als unausgereift und nicht nutzerfreundlich. Das hat sich geändert, wie das Treffen von Forschern und Anwendern der Sprachtechnologie Mitte Oktober gezeigt hat. Die Bereitschaft, automatisierte Sprachdienste zu nutzen, sei in den vergangenen drei Jahren deutlich gestiegen, so der Schirmherr der Voicedays und Leiter des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz http://www.dfki.de, Professor Wolfgang Wahlster. Die Systeme fänden Einsatz in Call-Centern, Flughäfen, Hochschulen, Behörden. Die Fallabschlussraten, die als Indikator für die Leistungsfähigkeit herangezogen würden, steigen kontinuierlich, so Wahlster, für den die Voice Days weltweit einzigartigen Charakter haben. Und immer mehr Unternehmen seien bereit, sich dem Thema zu widmen, auch weil es mittlerweile kostengünstige Hosting-Modelle gebe.

Sprachcomputer werden als direkter Kanal zum Kunden in der Serviceökonomie immer wichtiger. 2005 setzten die Anbieter von Sprachdialogsystemen weltweit fast 350 Millionen Dollar um, 2010 sollen es nach einer Marktstudie der Initiative Voice Business bereits über 1,1 Milliarden sein. Die durchschnittliche Erfolgquote bei Sprachdialogsystemen ohne Eingriff eines Call Center-Agenten liege in Deutschland bei 86 Prozent. In Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation http://www.iao.fraunhofer.de wurde außerdem eine Akzeptanzstudie erstellt, die die positive Entwicklung bestätigt. Die Einstellungen gegenüber Unternehmen, die Sprachapplikationen einsetzen, fallen demnach überwiegend positiv aus. Insbesondere werden diese Unternehmen als eher innovativ, ehrlich und professionell wahrgenommen.

Nach Ansicht der Veranstalter ist dies aber erst der Anfang einer Entwicklung, an deren Ende Sprachdialoge zum täglichen Leben gehören werden. „Über sprachbasierte Bestellsysteme und Marketingkampagnen können Unternehmen ihre Umsätze steigern. Der Zeitpunkt für einen Einstieg ist günstig. Sprachapplikationen haben sich in den vergangenen Jahren rasant weiterentwickelt.", erklärt Wahlster. Gute Möglichkeiten für Sprachsteuerungen gebe es bei Anwendern, die wie beim Autofahren nicht abgelenkt werden dürfen. Wenn bei der Arbeit keine Hand fürs Schreiben frei sei, etwa bei der Paketsortierung oder der Arbeit eines Servicetechnikers im Flugzeug. Dass das Unternehmen Google http://www.google.com beispielsweise etliche Sprachtechnikspezialisten an Bord geholt habe, so Wahlster, sei kein Zufall. Auch das gesprochene Wort könne man bald bei Google wieder finden. Weltweit rangiere die deutsche Forschung und Technikentwicklung im Bereich Sprachverarbeitung und Sprachdialoge auf vorderen Plätzen. So wie derzeit Navigationsgeräte fürs Auto schon per Sprache gesteuert werden können, werde irgendwann auch im Wohnhaus die Sprachsteuerung Einzug halten. Wahlster spricht von „Umgebungsintelligenz“.

Die Entwicklung der Branche demonstrierten auch die Wettbewerber beim diesjährigen Voice Contest, bei dem innerhalb von fünf Tagen eine Lösung für eine Sprachapplikation ausgearbeitet werden musste. Für die beteiligten Unternehmen galt es, Entwicklungskompetenz und Praxisnähe unter Beweis zu stellen, die im Plenarsaal des alten Bundestages auch live demonstriert wurden. Ziel des diesjährigen Contests war, ein telefonisches Kundenkontaktsystem für den Bonusprogramm-Anbieter Loyalty Partner http://www.loyaltypartner.com zu erstellen. Damit kann der Kunde nach einer Identifikation unter anderem seinen aktuellen Kontostand abfragen, aktuelle Angebote erfahren und diese buchen, sowie von seinem Bonuskonto für einen wohltätigen Zweck spenden. „Es galt, neue Szenarien und Ideen in einen anrufbaren Prototypen zu verwandeln“, erklärt Steimel. Neben einer Fachjury bestimmten auch die Teilnehmer der Voice Days, welcher Contest-Teilnehmer die Aufgabe am besten gelöst hatte. Als Sieger ging eine Gemeinschaftsarbeit der Unternehmen Avaya http://www.avaya.de und Sympalog http://www.sympalog.de hervor.

Hier wurde für die Anwender nachvollziehbar, wie die gleiche Aufgabenstellung auf verschiedene Arten umgesetzt werden kann. „Insbesondere Unternehmen, die die Einführung einer Sprachapplikation planen, erhielten hier Einblicke, worauf es bei der Planung ankommt“, so Steimel. Dazu dienten auch eine ganze Reihe von Fachsessions mit Referenten aus Forschung und Praxis, mit Sprachdesignern, Entwicklern und Entscheiden. Susanne Dirks vom zweifachen Voice Award Gewinner SemanticEdge http://www.sematicedge.de beispielsweise erläuterte den Zusammenhang zwischen so genannten Human Touch Dialogen, also solchen, die dem menschlichen Sprechen recht nahe kommen, und der Akzeptanz eines Sprachdialogsystems. „Bei einem Dialog mit menschlichen Zügen wird sich der Anrufer eher angenommen fühlen als bei einem mit starrer Menüführung und Abfrage von bestimmten Antworten“, so Susanne Dirks.

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://www.crmmanager.de/magazin/news_h20476_voice_days_2006_sprachdialoge_sind.html

http://openpr.de/news/105363/Voice-Days-2006-Sprachdialoge-sind-alltagstauglich-Bonner-Fachkongress-demonstrierte-Entwicklungskompetenz-und-Praxisnaehe.html

http://www.businessportal24.com/de/Voice_Days_Sprachdialoge_62916.html

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1786

http://www.visavis.de/unternehmen/modules.php?name=News&file=article&sid=7901

http://www.pr-inside.com/de/voice-days-2006-sprachdialoge-sind-alltagstauglich-bonner-fachkongress-demonstrierte-entwicklungskompetenz-und-praxisnaehe-r23490.htm

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Sprachdialoge-sind-alltagstauglich/3892

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_10_25_InternetMedienKommunikation_3.txt

http://www.globalewirtschaft.de/pm/?w=det&ID=25692

http://voipclass-forum.de/showthread.php?p=7999

http://www.web4free.at/Artikel.2071

http://www.reporter7.com/de/7454/voice-days-2006-sprachdialoge-s.htm

http://www.themenrelevanz.de/informationen-und-nachrichten/telekommunikation/27810636.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo23783.html

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=158515&cmd=Anzeigen

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-80510.html

http://pressemitteilung.ws/node/101412

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Voice_Days_2006:_Sprachdialoge_sind_alltagstauglich__1022.html

http://voipclass-forum.de/archive/index.php/t-1012.html

http://www.propolis21.de/modules.php?name=News&file=article&sid=7901

http://at-de.i-newswire.com/pr22744.html

http://www.live-pr.com/voice-days-2006-sprachdialoge-sind-alltagstauglich-r2111.htm

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,35460.html

Sprachdialogsysteme: Mit dem Kundennutzen steigt die Akzeptanz

Branchenexperten bewerten Ergebnisse einer Fraunhofer-Studie zu Sprachapplikationen

Bonn/Düsseldorf, 06. November 2006 - In einer umfangreichen telefonischen Befragung von mehr als 1000 Teilnehmern hat das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation http://www.iao.fraunhofer.de eine Akzeptanzstudie zur Nutzung von automatischen Sprachsystemen in Deutschland erstellt. Dabei wurde nicht nur der allgemeine Bekanntheitsgrad von Sprachautomation nachgefragt, sondern auch Nutzungsverhalten und typische Einstellungen von potenziellen und tatsächlichen Benutzern erfasst. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Initiative Voice Business erstellt. Deren Sprecher Bernhard Steimel vom Düsseldorfer Beratungshaus mind Business Consultants http://www.mind-consult.net ist sich sicher: „Die Nutzungsbereitschaft ist von rationalen Aspekten geprägt ist, Zeitersparnis und permanente Verfügbarkeit machen automatische Sprachsysteme nützlich. Das ist keine Liebeshochzeit sondern eine Vernunftehe.“ Daher müsse der Nutzen für den Anwender immer verständlich kommuniziert werden.

Die Studienergebnisse zeigen im Vergleich zu einer entsprechenden Befragung aus dem Jahr 2003 deutlich positivere Einstellungen der Befragten. „Verstärken ließe sich der in der Akzeptanzstudie positive Trend durch eine weitere Qualitätsverbesserung der Sprachdialoge“, meint Reimund Schmald, Sales Director Central Europevon Nuance Communications http://www.nuance.com. „Nur mit nutzerfreundlichen Dialogen lassen sich zukünftig Wettbewerbsvorteile erzielen“, ist er überzeugt. Damit ließen sich Kunden dann auch langfristig an ein Unternehmen binden. Für die Vorteile von automatischen Sprachsystemen gibt es laut Fraunhofer Institut ein wachsendes Bewusstsein. Überwiegend würden zwar alternative Kommunikationsmöglichkeiten wie Internet oder ein persönlicher Telefonkontakt besser bewertet, kommentiert Matthias Peissner, Leiter Competence Center Human-Computer Interaction des Fraunhofer-Instituts. „Die Bekanntheit von Sprachapplikationen ist in den vergangenen Jahren aber deutlich gestiegen. 70 Prozent der Befragten gaben zu Protokoll, Sprachapplikationen zu kennen, während es im Oktober 2003 noch lediglich 54 Prozent waren.“ Ebenso sei die Anzahl derer deutlich gestiegen, die bereits Sprachapplikationen nutzen, und zwar auf 32 Prozent gegenüber 20 Prozent vor drei Jahren. Von dieser positiven Entwicklung, die auch auf komfortableren Systemen basiert, profitieren insbesondere die Branchen Telekommunikation, Banken und Finanzen, Transport, Verkehr und Logistik.

„Die Studie belegt, dass ein komfortabler Sprachdialog die Voraussetzung ist, um Akzeptanz und Kundenzufriedenheit sicherzustellen“, sagt Manfred Schröder von HFN Medien http://www.hfn-medien.de. „Insbesondere bei häufiger Anwendung eines Sprachportals ist eine weitgehend freie Navigation und Interaktion mit dem System ein zentraler Faktor der Nutzungszufriedenheit, was durch die vorliegende Bewertung verfügbarer Applikationen unterstützt wird.“ Entwicklungspotenzial sieht Schröder in der Personalisierung der Dialog- und Angebotsgestaltung, um Kunden einen attraktiven Service zu bieten. „Die Entwicklung effizienter, komfortabler und flexibler Sprachdialogsysteme ist keine Zukunftsmusik - Erfahrung und Technologie sind vorhanden.“ Allerdings muss die Technik auch Kundenwünschen gerecht werden. Das unterstreicht Tobias Hartmann, Vorstand der D+S europe AG http://www.dseuropa.ag: „Sprachapplikationen sind nur dann erfolgreich, wenn sie den individuellen Präferenzen und Bedürfnissen der Kunden gerecht werden.“ In jährlich mehr als 30 Millionen Kundentelefonaten verknüpfe die D+S europe die Arbeit von 2.000 Kundenberatern mit automatisierten Dialogelementen, grenze dabei aber bewusst Standardvorgänge ein. „So schaffen wir frühe Übergänge zum Menschen. Dieser Weg findet Akzeptanz bei den Kunden, erhöht die Erreichbarkeit und entlastet gleichzeitig die Mitarbeiter, die dadurch mehr Zeit für hoch qualitativen Kundendialog gewinnen“, so Hartmann.

Während 2003 noch über 38 Prozent einer zukünftigen wiederholten Nutzung ablehnend gegenüberstanden, sind es 2006 nur noch 28 Prozent. Dementsprechend bevorzugen etwa 60 Prozent der Anrufer bereits eine Sprachapplikation gegenüber einem persönlichen Kontakt, wenn sie dafür länger als eine Minute in einer Warteschleife warten müssen. „Die Ergebnisse zeigen, dass die Akzeptanz des Weitervermittelns per Sprachcomputer, das so genannte Call Routing, noch besser ist. In Zukunft wird es verstärkt um die optimale Kombination von Anrufvorqualifizierung, Teil- und Sprachautomatisierung sowie hochwertigen Agentenservices gehen“, prognostiziert Sven Klindworth, Marketing Manager bei der T-Com http://www.t-com.de. Der Kundennutzen werde dadurch gesteigert.

Abgesehen von einigen sehr positiven Ausnahmen kommen die meisten bewerteten Applikationen in der vorliegenden Studie allerdings noch nicht über eine mittelmäßige Nutzerzufriedenheit hinaus. Optimierungspotenziale werden in der nutzergerechten Gestaltung gesehen. Christian Koepe, Leiter Customer Relationship Management von Siemens Business Services http://www.sbs.siemens.com,

bestätigt eine Einschätzung vieler Fachleute, wonach es zukünftig auch darauf ankomme, dass der Sprachcomputer einem menschlichen Gesprächspartner recht nahe komme: „Wird einfach nur eine starre Menüführung abgearbeitet, wird sich der Anrufer weit weniger wohl fühlen als wenn er bei seinem maschinellen Gegenüber menschliche Züge erkennt.“ Das sei eine wichtige Aufgabe für die Zukunft, die nach einfachen und verständlichen, gleichzeitig zuverlässigen und komfortablen Lösungen verlange. „Damit zeigt sich erneut die wichtige Rolle einer ergonomischen Voice User Interface Gestaltung. Durch eine stärkere Öffentlichkeitsarbeit und eine höhere Verbreitung von Sprachsystemen im Kundenservice konnten die Bekanntheit und Nutzungszahlen verbessert werden. Nun ist es an der Zeit, durch den konsequenten Einsatz eines benutzerzentrierten Quality Engineering Prozesses eine angenehme und effiziente Bedienung zu gewährleisten. Nur so wird sich der aufgezeigte positive Entwicklungstrend nachhaltig weiterführen und verstärken lassen“, resümiert Matthias Peissner.

Die Studie kann kostenfrei über die Initiative Voice Business bezogen werden. Einfach Email an redaktion@voice-award.de schicken.

Pressekontakt:
Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants

Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf | Germany

Fon +49 211 989.695 70 | Fax +49 211 989.695 77 | Mobil +49 163 7834 635
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web www.mind-consult.net

Erschienen u.a. bei:

http://openpr.de/news/106814/Sprachdialogsysteme-Mit-dem-Kundennutzen-steigt-die-Akzeptanz-Branchenexperten-bewerten-Ergebnisse-einer-Fraunhofer-Studie-zu-Sprachapplikationen.html

http://www.businessportal24.com/de/Sprachdialogsysteme_Mit_Kundennutzen_Akzeptanz_67564.html

http://www.innovations-report.de/html/berichte/studien/bericht-73445.html

http://pressemitteilung.ws/node/101754

http://www.firmenpresse.de/pressinfo24056.html

http://at-de.i-newswire.com/pr26467.html

http://www.web4free.at/Artikel.2099

http://www.globalewirtschaft.de/pm/index.php?w=det&ID=25941

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Sprachdialogsysteme%3A_Mit_dem_Kundennutzen_steigt_die_Akzeptanz__1070.html

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_11_07_InternetMedienKommunikation_1.txt

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,36193.html

http://www.pr-inside.com/de/sprachdialogsysteme-mit-dem-kundennutzen-steigt-die-akzeptanz-branchenexperten-bewerten-ergebnisse-einer-fraunhofer-studie-zu-sprachapplikationen-r24806.htm

http://www.live-pr.com/sprachdialogsysteme-mit-dem-kundennutzen-steigt-r2226.htm

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=1876

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen/?id=158810&cmd=Anzeigen

http://www.voipclass-forum.de/showthread.php?t=1031

http://www.reporter7.com/de/8595/sprachdialogsysteme-mit-dem-kun.htm

http://www.themenrelevanz.de/computer-und-internet/dienstleistungen/28849071.html

http://www.pressebox.de/pressemeldungen/initiative-voice-business/boxid-81727.html

DHS europe business process management GENESYS IBM SIEMENS T-Com VoiceObjects

Spiegel: „Zu Hause im Dienst“ – Telearbeit setzt sich immer stärker durch

Von Gunnar Sohn

Hamburg/Düsseldorf, www.ne-na.de, 21. Dezember 2006 - Dank moderner Kommunikationsmittel arbeiten nach einem Bericht des Nachrichtenmagazins Spiegel immer mehr Menschen vom heimischen Schreibtisch aus. Firmen bekommen so motivierte Mitarbeiter und senken nebenbei ihre Kosten. „Rund 22 000 Menschen beschäftigt IBM in Deutschland, etwa 14 000 davon haben einen Telearbeitsplatz. Der ermöglicht es ihnen, mindestens einen Tag von zu Hause aus zu arbeiten. Um die sogenannte alternierende Telearbeit - also die Kombination aus Büro- und Heimarbeitsplatz - umzusetzen, richtet der IT- und Unternehmensberatungskonzern daheim die Infrastruktur ein, stellt Telefon- und Internet-Anschlüsse sowie Drucker und Laptop“, schreibt der Spiegel. Nach Ansicht des zuständigen IBM-Telearbeitsleiter Dietmar Hammer verschaffen sich die Mitarbeitern mehr Zeitsouveränität, sie sind motivierter und arbeiten effizienter.

Bei Ericsson wurde das Thema Mobilität in die normale Arbeitsplatzausstattung integriert. Die mehr als 20.000 Ericsson-Mitarbeiter in Schweden arbeiten mit Notebooks, haben Remote-Zugriff auf das Unternehmensnetz mit höchstem Sicherheitsstandard, benutzen das Handy als Nebenstelle der Telefonanlage und sind darüber hinaus mit Push-E-Mail und mobiler Kalender-Synchronisation ausgestattet. „Als Ergebnis kann jeder Mitarbeiter von jedem Arbeitsplatz, von jedem Office und von jedem Ort in der gleichen Art und Weise arbeiten. Das, was wir schon länger als One Phone Konzept bezeichnen, entwickelt sich nun zum Multimedia-Office, und entsprechend der Ericsson-Philosophie bedeutet das auch immer Mobilität. Mit dem erweiterten Konzept werden auch die Anwendungen erfasst: Presence Informations, Document-Sharing, Whiteboarding und Applikationen, die direkt Arbeitsprozesse unterstützen. Gerade in der Mobilität und in den mobilen Anwendungen drückt sich die ITK-Konvergenz für die Anwender am deutlichsten aus und bringt die greifbarsten Vorteile"; erläutert Mehdi Schröder, Vice President Enterprise Sales von Ericsson Deutschland http://www.ericsson.com/de.

In der Vergangenheit zierten sich noch deutsche Unternehmen beim Einsatz von Telearbeit: „Allein das Wort schürte Ressentiments. Es klang nach Heimarbeit, nach Häkeln und Haushalt. Doch in Zeiten, in denen die Republik über Fachkräftemangel diskutiert und über bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, erfährt das Thema Telearbeit eine Renaissance. Bereits Anfang der neunziger Jahre galt sie als die ‚Arbeitsform der Zukunft’. Wirklich durchsetzen konnte sie sich nicht. Das scheint sich nun zu ändern, zumindest wenn Telearbeit auf Freiwilligkeit beruht“, führt der Spiegel aus. So wünschen sich inzwischen 80 Prozent aller Angestellten, ab und an von zu Hause arbeiten zu können. Das SIBIS-Projekt der Europäischen Union rechnete hoch, dass bereits im Jahr 2002 rund 25 Millionen EU-Bürger einen zweiten Arbeitsplatz zu Hause haben - immerhin 13 Prozent aller Erwerbstätigen.

„Deutschland ist bei dieser Entwicklung vorn dabei. Seit Beginn des Jahrtausends schickt sich Europas größte Volkswirtschaft an, das Thema zu entdecken. Das Statistische Bundesamt zählte im Jahr 2004 bereits 5,1 Millionen Beschäftigte, die entweder ganz oder teilweise ihre Arbeitszeit im häuslichen Büro verbringen. Nach der SIBIS-Untersuchung sind 17 Prozent aller 39,6 Millionen Erwerbstätigen in Deutschland Telearbeiter, das ist deutlich über dem europäischen Durchschnitt“, so der Spiegel.

Nach Erfahrungen des Düsseldorfer Internetexperten Bernhard Steimel, Geschäftsführer des Beratungshauses Mind Business Consultants http://www.mind-consult.net und Sprecher der Brancheninitiative Voice Business http://www.voicedays.de, werde der Trend zur Telearbeit vor allen Dingen durch die verbesserten technologischen Möglichkeiten befördert: „Vor 10 Jahren hatte man noch Probleme, Dateien zwischen zwei Computern über Eurofile-Transfer auszutauschen. Dank

eicon networks intervoice Loquendo NORTEL NUANCE RIGHT NOW SEMANTICEDGE softlab group telenet T-Systems

Internet und Breitband sind Kosten und Technik nicht mehr die limitierenden Faktoren. Auch hat sich unsere Kommunikation in den vergangenen Jahren massiv verändert. Geschäftsprozesse laufen vor allen Dingen über E-Mail und Telefon. Der Ort der Leistungserbringung wird irrelevant. Abstrakte Begriffe der 90er Jahre wie Teleservice oder Telekooperation haben heute ihre praktische Entsprechung in standortübergreifenden Call Centern und webbasierten Unternehmensportalen als leistungsstarke Arbeitsumgebung für ‚Knowledge Worker' auch von unterwegs gefunden", erklärt Steimel.

Der Teufel stecke allerdings im Detail. Aus Unternehmenssicht gehe es zunächst darum, die IT-Infrastrukturen auf die sich ändernde Organisation und Prozesse einzustellen. „Waren früher Telearbeiter abgesetzte Einheiten, die sich mühsam einwählen mussten, sind diese Arbeitsplätze heute Teil einer IP-basierten VPN Architektur. Schlagworte wie One-Number-Konzepte, Presence Management oder Enterprise Interaction Management werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen. So geht es darum, die Erreichbarkeit von Mobile Workers für Kunden und Mitarbeiter zu optimieren und auch die Kosten für die wachende Mobilität in den Griff zu bekommen. Eine weitere Herausforderung für das IT-Management: Es müssen die vielfältigen Interaktionen und Kommunikationsprozesse über verschiedene Medien hinweg in eine durchgängige Vorgangsbearbeitung überführt werden, ohne dass der Arbeitsort des jeweiligen Mitarbeiters eine Rolle spielt", betont Steimel. US-Studien prognostizieren bereits, dass bis zum Jahr 2010 nur noch 40 Prozent aller anfallenden Computerjobs in klassischen Firmenbüros erledigt werden.

Erschienen u.a. bei:

http://www.newsenvoy.com/de/6114/spiegel-zu-hause-im-dienst.htm

http://www.reporter7.com/de/13368/spiegel-zu-hause-im-dienst.htm

http://www.kredit1a.de/pressemitteilung/artikel_Spiegel%3A_%84Zu_Hause_im_Dienst%93__1281.html

http://www.live-pr.com/spiegel-zu-hause-im-dienst-r2770.htm

http://online-pressearbeit.com/pressemitteilungen/pressemitteilung_25336.php

http://werbeagentur.de/service/pressemitteilungen?id=159895&cmd=Anzeigen

http://www.pr-zentrale.de/show_pr.jsp?file=2006_12_21_InternetMedienKommunikation_2.txt

http://www.themenrelevanz.de/artikel/telearbeit/

http://www.pressbot.net/article_l,1,i,38625.html

http://www.firmenpresse.de/pressinfo25336.html

http://at-de.i-newswire.com/pr37038.html

http://www.boersenwelt.de/xist4c/web/ne-na-de-Spiegel---Zu-Hause-im-Dienst----Telearbeit-setzt-sich-immer-staerker-durch_id_64__dId_6248789_.htm

http://finanzen.aol.de/Wirtschaft-Boersennews-Detail/?Brand&CATEGORY=0&ID_NEWS=38718710

http://www.wallstreet-online.de/nachrichten/nachricht/1990237.html

http://www.handycheats.de/seiten/news/mails/153/1166703004.html

http://de.news.yahoo.com/21122006/295/telearbeit-staerker-0.html

http://www.prflash.de/medien-telekommunikation/113691/spiegel-zu-hause-im-dienst-telearbeit-setzt-sich-immer-staerker-durch.htm

http://www.hypertimes.de/News-file-article-sid-437.html

http://www.news-inside.com/de/6136/spiegel-zu-hause-im-dienst.htm

http://www.globalewirtschaft.de/pm/?w=det&ID=27247

http://www.perspektive-mittelstand.de/pages/business%20forum/presse-service-meldung-detail.php?prmID=2310

http://www.openpr.de/news/113439/Spiegel-Zu-Hause-im-Dienst-Telearbeit-setzt-sich-immer-staerker-durch.html

http://pressemitteilung.ws/node/103103

http://www.businessportal24.com/de/Spiegel_Zu_Hause_Dienst_Telearbeit_85843.html

http://www.neuenachricht.de/A556D3/NENA/NENA_NEU.nsf/0/5AED3B08916038E2C125724B0032B6F5?OpenDocument

http://www.portel.de/index.php?id=nachricht&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=13155&tx_ttnews%5BbackPid%5D=12&cHash=a90515ccf8

http://www.faz.net/d/invest/meldung.aspx?id=38718710

http://www.voipphones.de/index.php?topic=News&id=1187

http://www.net-tribune.de/article/211206-18.php

http://www.pressetext.de/pte.mc?pte=061221031

http://www.pressetext.at/pte.mc?pte=061221031

http://www.pressetext.ch/pte.mc?pte=061221031

http://www.computerwelt.at/detailArticle.asp?a=108404&n=6

http://derstandard.at/?url=/?id=2704567

http://www.pr-inside.com/de/spiegel-zu-hause-im-dienst-r33930.htm

http://www.marketing-boerse.de/News/details/Spiegel-%84Zu-Hause-im-Dienst%93-%96-Telearbeit-setzt-sich-immer-staerker-durch/4621

http://www.computerpartner.de/knowledgecenter/management_karriere/236828/

http://www.web4free.at/Artikel.2259

http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2006-12/artikel-7493474.asp